



20 TIPS

PARA SER UN BUEN VOCERO



¿CÓMO SER UN BUEN VOCERO?

1

Fortalecer la **inteligencia emocional** y mantener la tranquilidad en el marco de una entrevista. No se deje provocar frente a comentarios ni tome las cosas de forma personal. No se deje delatar por las frases sin pausa, movimientos rápidos o que muestren incomodidad, tarareo en los mensajes o el sudor en la frente. La **tranquilidad y flexibilidad** le permitirá pensar y ser certero en cada respuesta.

2

Aunque nos han enseñado que se debe contestar lo que preguntan, cuando usted es vocero, NO debe responder lo que se le está preguntando. Por el contrario, recuerde que debe enfocarse en **posicionar los mensajes claves** de su compañía/marca, eso es lo que al final va a generar recordación en la audiencia.

3

Procure ser amable con el periodista y tener una **conversación previa** a la entrevista de forma superficial, sin entregar información de valor, datos confidenciales o información sin confirmar *off the record*. Esta información que le proporcione puede convertirse en el titular de la noticia, una idea suelta sin contexto puede utilizarse en su contra.

4

No solicite la revisión previa del artículo que se va a publicar, mientras no sea un artículo publicitario pago. Recuerde que únicamente el contenido patrocinado es el que se ajusta a su parecer; si es free press, es una relación de confianza con el periodista en el que éste va a tomar información detallada de la entrevista y el comunicado de prensa para construir la nota, del tamaño o longitud que considere.



5

Es preciso contar con el enfoque de la entrevista o cuestionario de forma previa para preparar las respuestas a las preguntas que se van a realizar. Es indispensable **conocer el contexto** sobre el tema a tratar, contar con cifras actualizadas y memorizar los mensajes claves que debe mencionar durante la entrevista.

6

No ofrecer dinero o enviar regalos costosos a los periodistas agradeciendo la publicación. Esto puede atentar contra la ética, debido a que es un intercambio de información valiosa y noticiosa entre las partes que contribuirá al objetivo del periodista de informar a su audiencia y nosotros el de posicionar a la marca y/o al vocero como experto. Es aceptable darles un detalle brandeado acompañado del comunicado de prensa.

7

No contestar preguntas **fuera del enfoque** de la entrevista que no estén relacionadas. Es posible evadir la pregunta con amabilidad y astucia sin que se convierta en un momento incómodo, sobre todo si la entrevista es en directo.

8

Recomendamos no contestar preguntas de tinte **político, religión** o **sexo** que salen de contexto, pueden herir susceptibilidades en la audiencia, generar controversia y una potencial crisis reputacional en plataformas digitales y/o medios tradicionales.

9

Para las entrevistas pregrabadas en televisión, radio y prensa, **no conteste preguntas de las que no tiene conocimiento**. Sea sincero con el periodista y déjele saber que no sabe la respuesta o si contesta parcialmente, dígame que le enviará información precisa sobre el tema posteriormente para evitar imprecisiones. No invente las respuestas, recuerde que como vocero es el dueño de información verídica.

10

Mantenga la compostura, no es necesario realizar chistes pasados de tono para romper el hielo con el periodista. Recomendamos saludarlo por su nombre, evitar el nerviosismo y abrirse a una conversación natural y fluida previa a la entrevista, sin dar detalles relacionados con la entrevista.

11

Mantenga una excelente postura y lenguaje corporal adecuado para tomar la entrevista. Es importante que module el tono de su voz para dar énfasis a algunos mensajes dentro de su discurso, cuide sus expresiones faciales y evite gesticular demasiado o el movimiento excesivo de las manos. Maneje los nervios y conecte su cuerpo con lo que está diciendo.

12

Respete la experiencia o el trabajo del periodista, aún si está empezando en su profesión, no trate de controlar la entrevista o manejarlo. Sin embargo, si la información que está brindando es errónea **es posible corregirlo y con gentileza** darle un contexto o una explicación concreta en ese preciso instante. Si lo considera necesario, póngase a su disposición para resolver cualquier duda y así evitar imprecisiones en la publicación.

13

Mantenga una **escucha activa** y evite distracciones al momento de realizar una entrevista. Esto es un acto de respeto y evitará que se generen confusiones, ambigüedades en el mensaje y tergiversaciones. Bájele al acelerador y enfoque su atención a este momento valioso con el periodista.

14

Recuerde que menos es más. Su discurso debe ser lo más concreto posible, que encierre la idea principal y contenga los **mensajes claves** que quiere posicionar. Mida la extensión de sus oraciones, procure que sean cortas pero al mismo tiempo llenas de contenido, imponentes y poderosas.

15

Conozca a su audiencia. Recuerde que debe aterrizar las ideas a un lenguaje coloquial sin perder el rigor, **dejar claro los conceptos** sin manejar un discurso técnico, incluso si los medios son especializados; con ellos podrá utilizar algunos términos propios del sector pero proporcionando información fundamental: la noticia.

16

Identifique el **momento adecuado** para proporcionar declaraciones relevantes sin perder el hilo conductor de la conversación y el ritmo de la entrevista.

17

Evite la información comercial dentro de su discurso, recuerde que esto es duro y puro contexto informativo y noticioso. **Evite frases** como “somos los mejores del mercado”, “ofrecemos productos de la mejor calidad” o “somos reconocidos por entregar en el menor tiempo”. **Cámbielas por frases como:** “Según el último informe de Statista, estamos posicionados en el lugar número uno con el mayor porcentaje de marketshare en Latinoamérica, que corresponde al 52%, siguiendo con México y Brasil.”

18

Evite el uso de adjetivos excesivos en su discurso. Dele la oportunidad a la audiencia de crear su propia **opinión y perspectiva** de lo que está escuchando.

19

Cuando se es vocero, es fundamental estar en constante actualización de las **noticias coyunturales** de su sector y conocer las novedades en regulaciones, declaraciones del sector gubernamental que afecten el core negocio y alianzas estratégicas corporativas. Tener un contexto le permitirá tener un panorama global y dar una opinión como experto.

20

Siempre tenga planificado un cierre, redondee la idea central de su discurso pensando en la cereza del pastel, inspire a la audiencia, con una cifra, una frase o una oración impactante. La de nosotros es: Un buen vocero se traduce en un ser humano inspirador, confiable, concreto e inteligente emocionalmente, **¡un buen vocero podrías ser tú!**



20 TIPS

PARA SER UN **BUEN VOCERO**

NOVVA

COMUNICACIONES



@novvacomunicaciones



@novvacomunicaciones



@novvacomm



@novvacomm