

SKAL INTERNACIONAL

MANUAL DE RELACIONES PÚBLICAS PARA SKÁL INTERNACIONAL

Introducción

Con más de 22.000 miembros en más de 500 Clubes establecidos en 87 países, Skál Internacional tiene la potestad de hacer cambios en la industria del turismo en el mundo. Esto puede ser con la implementación del Plan Operacional Skál , junto con un Plan de Relaciones Públicas que lo apoye.

¿Qué son las relaciones públicas y como las utilizamos como una herramienta efectiva para ayudar a hacer cambios dentro de la Asociación así como en la industria, y cambiar la imagen de Skál en el proceso?

Las relaciones públicas son sencillamente relaciones con la compañía, organización, o asociaciones públicas o audiencias de gente. Existen varios públicos que Skál necesita para desarrollar unas relaciones excelentes para así cumplir sus objetivos. Estos son :

- Medios de la Comunicación
- Industria del turismo de todo el mundo
- Relevantes organismos gubernamentales del mundo
- Relevantes organizaciones mundiales como OMT, IFWTO, Paz y Turismo, PATA, IHRA, y Asociación Internacional de Enseñanza del Turismo
- Colegios e institutos con un programa de diplomaturas o licenciaturas en turismo en el mundo.

Objetivos Prioritarios

Estos deberían ser los objetivos prioritarios en las relaciones públicas de Skál : actuar y hablar en unión para proyectar una imagen particular, la de una Asociación profesional influyente que tiene el poder de hacer cambios positivos en la industria del turismo. También deberá lograr crear un perfil más alto en los meses venideros (y años).

Podemos lograr estos objetivos analizando las siguientes actividades :

- Comunicación con los Medios
- Eventos especiales – Internos y Externos
- Relaciones con la comunidad
- Relaciones con Directivos Internacionales, Nacionales y Contactos Locales
- Desarrollo Skál - incluyendo Skál Joven
- Material colateral, como Skál News y Folleto Skál
- Internet, ej : Red Skál

Comunicación con los Medios, Comunicados, Revistas, Eventos especiales y Relaciones Sociales se llevará a tres niveles : mundial, nacional y local.

Comunicación con los medios

Mundial

Artículos relacionados con :

- Eventos especiales y proyectos de relaciones sociales dirigidos a nivel mundial; y
- Éxitos en el desarrollo Skál y de que manera está afectando los cambios en la industria del Skál.

Nacionales y Locales

Presidentes y Directores de RR.PP./Encargados

La primera tarea a nivel nacional y local es por lo tanto nombrar a un Director de Relaciones Públicas para el país y para cada Club.

La segunda tarea es ayudar a Skál a confeccionar a nivel global, nacional y local listados de envío. Una vez más, los Presidentes y los encargados de las RR.PP. serán los responsables de ello. El tener unos listados al día es una de las herramientas más importantes para conseguir las metas deseadas en lo que a comunicación se refiere.

Seguimiento con los medios de Comunicación

El siguiente trabajo es el seguimiento con los medios de comunicación para conseguir información. El truco con los medios de comunicación es hacérselo fácil. Encontrar el tipo de historias que les gustaría obtener y proporcionarles lo que ellos necesitan. Si es posible, preparar entrevistas.

Una voz

Lo que el Presidente diga a los medios de comunicación, debería coincidir con la política oficial del Skál. Si existieran algunas dudas, es mejor, si el tiempo lo permite, aclararlas con el Presidente Internacional antes de la entrevista.

Fotografías

La fotografías ayudan a obtener mayor comunicación en lo que a volumen se refiere e igualmente a la identificación de la gente, así que deberá incluirse cuando sea apropiado y posible.

Enlace con los Medios

Consigue tiempo para desarrollar unas relaciones excelentes con los medios relevantes en cada país, estado o ciudad. Alterna con ellos e invítalos a tus eventos. Pero todavía más importante, proporciónales la clase de noticias que ellos desean para sus publicaciones, emisiones o internet y proporcióname esta información vía la Secretaría General.

Archivo de comunicados de prensa

Cuando se haga un seguimiento de bs medio de comunicación no hay que empujarles a que publiquen sobre el Skál. De ningún modo están obligados a hacerlo. Únicamente deben asegurarse que han recibido la nota de prensa y la fotografía que se les ha enviado y preguntarles si están interesados en la historia y si necesitan más información. Si dicen que van a publicar el comunicado entonces, se les debe preguntar si se va a imprimir, emitir por ondas o por internet. A

continuación cuando la comunicación sea publicada se debe conseguir las muestras e la misma para disponer de un archivo con todo lo que se ha publicado del Skál a nivel global, nacional y local.

Adecuación

Todos estos puntos pueden ser aplicados al gestionar las relaciones con los medios de comunicación para reportajes de interés global así como para aquellos reportajes que se inicien por su cuenta a nivel nacional y local. Las notas de prensa que se pueden crear a niveles locales y nacional pueden también basarse principalmente en eventos especiales y en proyectos relacionados con la comunidad, pero sólo aquellos que se lleven a cabo a nivel local y nacional. También pueden cubrir éxitos que se hayan obtenido en el desarrollo del Skál y cambios en la industria que se hayan logrado hacer en las propias comunidades.

Imagen deseada

Este asunto debe igualmente ser tratado con mayor detalle. Cada acto que se lleve a cabo por el Skál a nivel global, local o nacional, así como cualquier palabra sea oficialmente dicha o escrita por Skál, tienen el poder de contribuir a crear una cierta imagen del Skál como una Asociación. Así que si el Skál desea aparecer como una asociación profesional entonces debe actuar y hablar como tal. Esto significa que lo que decidan hacer juntos como grupo de personas a lo largo del año es de una importancia vital. El Skál es una Asociación basada en la amistad donde los miembros se reúnen para hacer negocios entre ellos.

Comités Nacionales o Locales

En cada país y ciudad, donde exista Skál hace falta reunirse como Comité Nacional o como Club y crear un programa para el resto el año. Este debe ser un programa que deben aplicar de forma activa y que proyectará la imagen deseada del Skál como una auténtica Asociación profesional capaz de hacer importantes cambios dentro de la industria.

Eventos significativos

Así que cada evento que se intente organizar mantener, debe tener un programa que refleje y logre este objetivo. Más que simplemente reunirse para comer y beber y celebrar el cumpleaños de alguien u otro tipo de motivo social, o incluso un logro, se debe procurar reunirse juntos y hacer todas estas cosas y simultáneamente disponer de una agenda que cree la diferencia para nuestra Asociación, la industria o para la comunidad, o incluso para las tres.

El desafío es estar comprometidos para llevar a cabo no solamente durante algún tiempo, sino durante todo el tiempo.

Eventos especiales

Nivel Externo Mundial

Según el Plan de Acción, el Skál debe seleccionar temas específicos para cada año y aprovechar los grandes eventos internacionales del turismo para presentar una postura sobre estos asuntos.

La imagen que refleja la verdad

Las relaciones Públicas progresivas no simplemente supone una proyección de una imagen particular que la organización desea proyectar. La imagen reflejada debe ser real.

Seleccionar asuntos candentes

Cada Comité Ejecutivo y otros Directivos del Skál deberían continuar con las cosas importantes que el Skál ya realiza. Elegir una o dos cuestiones del Orden del Día.

Llegar más allá y Planificar Estratégicamente

Una vez que se han elegido los asuntos a tratar, hay que decidir como se puede conseguir que resulten espectaculares en los foros de turismo, los congresos las conferencias y las reuniones. Así se obtendrá también la máxima publicidad de estos asuntos. Hay que ir más allá de celebrar un almuerzo o disponer de un expositor. Se debe planificar estratégicamente sobre cómo se pueden lograr los resultados deseados en la medida que la materia o los asuntos lo puedan permitir. Puede ser un plan a largo plazo que requiera ser aplicado durante varios años, pero se debe empezar ya con la selección, la planificación y la puesta en práctica.

Niveles Local, Nacional e Internacional

Los eventos significativos mencionados anteriormente, que pueden producirse a nivel mundial son:

- Premios Ecoturismo Skál
- Skál Club del Año
- Foro Internacional de Turismo

A nivel Nacional y Local

- Trofeos de Turismo Skál
- Día del Skál
- Skál Club del Año

- Becas a estudiantes de turismo;
- Prácticas en compañías de Skálegas;
- Donación de libros relacionados con estudios de turismo;
- Restauración de monumentos;
- Campañas de mantenimiento de lugares de interés turístico;
- Diseño e instalación de señales de información turística;
- Formación y ayuda a las autoridades locales para el desarrollo del turismo, programas de viaje y alojamiento para niños discapacitados o niños de países afligidos por la guerra y otras causas valiosas (aquellas que están relacionadas con el turismo).

Algunas de estas actividades son materias excelentes que el Skál puede apoyar vigorosamente. Me gustaría añadir a la lista de valiosas causas que Skál ya ha planteado incluyendo aspectos medio ambientales relacionados con el turismo, paz en relación con el turismo, la lucha contra la explotación sexual infantil, la promoción del turismo accesible para los minusválidos, normas, éticas y códigos o prácticas en la industria del turismo.

Planifique su programa de Relaciones con la Comunidad

Mi recomendación, es preparar un plan. No hagan Relaciones Públicas a ver que es lo que sale. Decida si lo que quiere es apoyar y crear un programa de eventos y de relaciones con los medios de la comunicación sobre un plan de relaciones hacia la comunidad. De nuevo elija un asunto o a un grupo de personas relacionadas con el turismo a quienes desea ayudar este año (o los años a venir) y vaya a por ello con determinación.

Selección de un Proyecto/Grupo/Asunto

¿Cómo seleccionar un proyecto, grupo o asunto? La selección debe simplemente hacerse basándose en lo que está más cerca del corazón y utilizar la cabeza para revisarlo. O bien se puede elegir, basándose en lo que sucede en su país, estado o ciudad en este momento y que necesita su ayuda obteniendo al mismo tiempo la atención pública.

Actividad de relaciones públicas progresivas

El apoyo del Skál a cualquier proyecto que ayuda el futuro del turismo mundial es una excelente idea. Y apoyar cualquier asunto que tenga que ver con el medio ambiente es por tanto un camino de progreso para Skál, tanto desde el punto de vista de las Relaciones Públicas como desde otros.

Los criterios que hay que considerar para decidir si un proyecto particular es válido para su adopción por el Skál incluye :

- La credibilidad de las organizaciones involucradas, por ejemplo ¿Tienen un alto perfil de imagen?¿Tienen lo necesario para hacer que el proyecto tenga éxito y sea conocido internacionalmente (nacional o local), de forma que el Skál pueda recibir un efecto positivo al asociarse con el proyecto y tal vez, e incluso más importante, para que Skál pueda tener un papel activo ayudando realmente al futuro del turismo?
- ¿Cómo puede Skál involucrarse en el proyecto? ¿Podrá Skál Internacional (o Skál en su país, estado o ciudad) contribuir con fondos? Si es así, con cuanto. ¿Qué tasa de rentabilidad, cabe esperar tanto en tiempo como en dinero? ¿Hay otros proyectos que sean igualmente o incluso más valiosos que pueden dar al Skál un papel más relevante y la imagen deseada?

Ya sea el proyecto patrocinado por Skál a nivel global, nacional o incluso local, el mismo criterio será aplicable. Todo lo que se haga en nombre del Skál afectará la imagen de la organización y por tanto debería obtener el acuerdo de Skál Internacional (si se hace a nivel nacional) o del Comité Nacional Skál (si se hace a nivel local), confirmando que está conforme con los criterios, normas y requerimientos que guían al Skál “.

Relaciones con contactos clave a nivel Internacional, Nacional y Local

Los miembros del Comité Ejecutivo, Consejo Internacional, los Presidentes y Directivos de Relaciones Públicas y la Secretaría General deben procurar conocer estos contactos y cultivar amistad con ellos, logrando que sean ardientes defensores del Skál.

Desarrollo del Skál y Skál Joven

Aumentar el Número de Miembros Profesionales

Hay un Plan de Acción en el Plan Operacional para el Desarrollo del Skál ¿Cómo cuantificar el número de miembros potenciales? Pidan a sus Clubes y asociaciones turísticas (a cualquier otra organización de turismo en cada país, estado, ciudad) para que nos den listados de compañías actualizados, así como de relevantes Clubes, asociaciones, organizaciones en cada país, estado o ciudad, y datos como número de personas, cargos, asociaciones o Clubes a los que pertenecen en la actualidad, etc.

Si estos listados pormenorizados, no están disponibles, entonces una encuesta (prepare una que de los datos necesarios) debe llevarse a cabo con la ayuda de sus Clubes, enviando cuestionarios a compañías importantes y asociaciones, etc registrando y evaluando las respuestas. Puede que quieran motivarlos ofreciendo publicidad a los Clubes más entusiastas y eficaces en su revista o en el sitio web. Una más amplia información la encontrará en el Plan de Reclutamiento de Miembros.

Skál Joven

El Skál Joven, aporta sangre profesional joven a la Asociación, por decirlo de alguna manera.

Cuando se haga la encuesta y/o investigación para cuantificar el número de miembros potenciales los jóvenes profesionales de la industria también deben incluirse y los incentivos para que los Presidentes incrementen el número de miembros también deben tener en cuenta el incremento del número y miembros de Skál Joven.

La idea de dirigir el Plan de Relaciones Públicas, entre otras entidades, la Asociación Internacional para la formación turística y a todos los institutos de formación y Universidades que ofrezcan programas de diplomaturas o graduación en turismo es para desarrollar y guiar al Skál Joven. Se trata de llevar las normas de la industria y una buena forma de hacerlo es comenzar con los jóvenes y prepararles para el futuro del turismo en todo el mundo.

Los grupos de Skál Joven también deben ser reanimados a que pongan el mismo énfasis en ser profesional más que social. Todas las actividades detalladas en este Plan de Relaciones Públicas también se aplicará a Skál Joven y los Presidentes y directivos de Relaciones Públicas del Skál pueden ver su puesta en práctica entre los miembros mayores y los jóvenes. Skál Joven, por ejemplo, puede nombrar responsables de Relaciones Públicas en sus propios grupos. Las ideas también deben ser constantemente solicitadas de ellos ya que pueden ofrecer frescura e innovación al programa de Relaciones Públicas.

Estrechando el foso

Otro objetivo es estrechar el foso entre los Skál Clubes y los Grupos de Skál Joven. Esto puede realizarse manteniendo eventos que ambas partes puedan organizar y participar y no olvidar que los programas tengan interés. También puede tenerse en cuenta a los deportes, además de a las relaciones comunitarias como parte de los programas. Tal vez haya que hacer algo más vigoroso que el golf. Foros y seminarios y otras formas de reuniones también son una buena idea, ya que ambas partes contribuirán con sus distintos puntos de vista sobre tópicos específicos y será

interesante ver los puntos en común al tiempo que la forma de respetar y apreciar las opiniones de cada parte.

Material Colateral – Folletos Skál y Skál News

Internet – Skál Net

Pueden utilizar estas publicaciones del Skál y dirección en la red como elementos efectivos para el desarrollo del Skál y debatir aspectos importantes de la industria, entrevistando a contactos relevantes de nivel internacional y nacional (elija el tópico que coincida con los asuntos seleccionados) y obteniendo patrocinio corporativo para la revista y sitio en la red electrónica.

Debe haber una armonización en todas las actividades y el Programa de Relaciones Públicas. Todo lo que se haga debe estar conectado con lo demás, incluyendo los objetivos y metas, para así lograr los resultados que se desean. Esto es cierto para el folleto, la revista y el sitio electrónico.

Trabajemos juntos para producir los resultados que queremos para Skál .

RECUERDEN EL PODER DEL SKÁL
EL PODER DE ACTUAR AL UNÍSONO