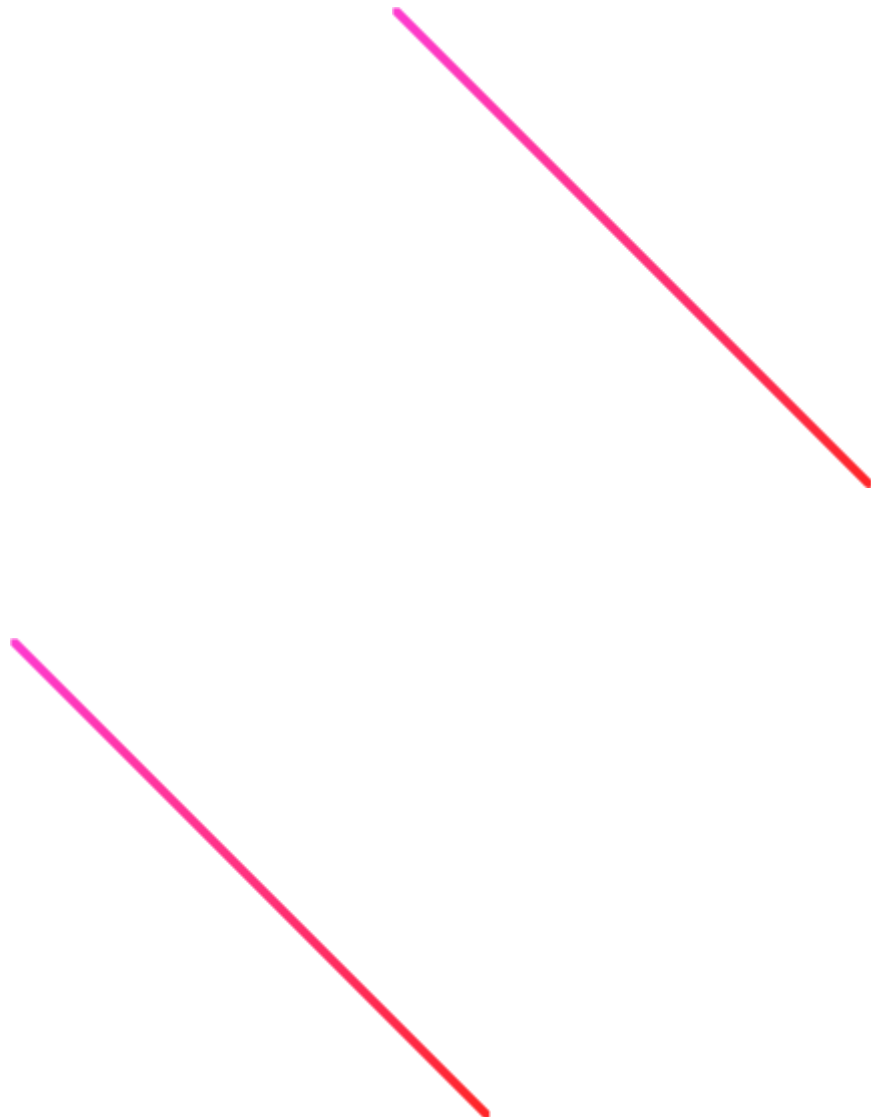
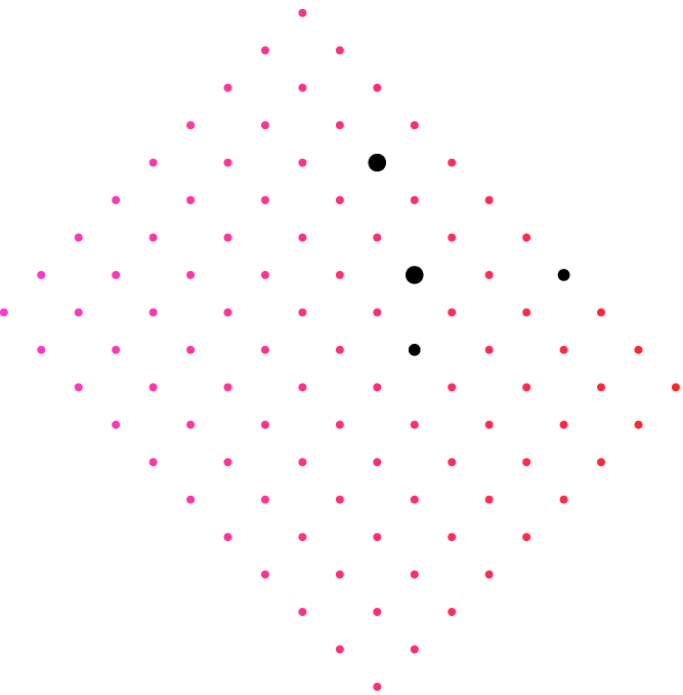


Decálogo de buenas prácticas en Zoom/Meet



Decálogo buenas prácticas en Zoom/Meet

1. **Puntualidad.** Tratamos de llegar en punto a las reuniones. En caso de que no sea posible notificamos al cliente y compañeros lo antes posible explicando brevemente el retraso o imprevisto.
2. **Cámara siempre encendida.** La comunicación online carece de decenas de indicadores que encontramos en un entorno presencial habitual. Por ello debemos esforzarnos en favorecer la mejor comunicación con nuestra cámara.

Es importante que:

- Esté siempre encendida
 - Sea una cámara frontal y no lateral de modo que cuando miremos al cliente o compañeros tengan la sensación de ser escuchados
 - Que el entorno personal visible no sea un distractor o contenga elementos que puedan generar una mala impresión (desorden, personas, movimiento)
3. **Comunicación.** En la medida de lo posible, incluso aunque no sea nuestro turno de participación o réplica es necesario mostrar interés. Cuando una persona habla y los receptores no miran a cámara, o se les ve en otra tarea, o incluso hablando con micro apagado, o sonriendo, gesticulando, genera una mala impresión en el cliente. En un entorno plano como una pantalla, a distancia como el online y nuevo como es un cliente, es vital sentirse escuchado.

Para ello es importante:

- Asentir con la cabeza

- Mirar a cámara
 - Usar interjecciones o monosílabos en los huecos naturales de la conversación.
 - Tener un boli en la mano incluso de modo que el cliente perciba que tomamos notas o incluso verbalicemos en ocasiones “estoy tomando notas de todo esto que has comentado”, “ya he anotado este punto importante”, “revisando mis notas previas aquí quiero comentar el punto inicial que se trata de...”
 - Idealmente sería bueno tener un fondo de Ads Factory o parecido si fuera posible.
4. **Presentaciones.** El organizador de la reunión debe abrir empáticamente la video conferencia. Para ello debe evitar silencios en la medida de lo posible en los tiempos de espera del resto de compañeros. Al menos el primero o segundo minuto las preguntas al cliente pueden ser en torno a “¿cómo estás?”, “¿dónde estás?”, “¿qué tiempo hace en esa ciudad?”, “ya nos ponemos cara”. A su vez deberá presentar, incluso aunque ya se conozcan vía Slack a todos los miembros del equipo vinculando su rol con el objetivo de la reunión. Una vez ahí se puede dar paso a las diferentes personas.
5. **Contenido.** En el trabajo con el contenido es bueno que los compañeros traten de interrelacionar materias y que no parezcan seres aislados en donde tráfico no tiene nada que ver con copy, copy nada que ver con diseño, etc. Muy probablemente si uno se esfuerza por mirar, puede aportar, asentir, corroborar o ampliar detalles que vinculen los diferentes apartados, equipos y trabajos de la agencia.
6. **Valoración.** Es necesario recalcar cuales serán nuestras tareas, poniéndolas en valor, idealmente por parte del organizador, para que el cliente tenga en mente el trabajo conjunto de muchas personas en

diferentes aspectos. Esto lo puede realizar en cualquier momento de la reunión o al final. El método más eficaz didácticamente es 1º preguntar, 2º corroborar que no se sabe, 3º dar la explicación si la persona atiende, valora o está interesada, 4º confirmar que se ha entendido y que ahora sí se sabe, 5º incluir el pre-post en el desarrollo del proyecto con el cliente (pre estado inicial, post qué se ha hecho).

Ej.: 1º *Nos has comentado que no tienes claro el contenido no?*, 2º *Perfecto no te preocupes que aquí somos expertos en X*, 3º *hemos visto que lo idóneo en tu caso es incluir este apartado pero no Z, T, V*, 4º *Ahora tienes claro ya el contenido que podrías realizar?* 5º *incluir esto en la despedida cierre como parte del avance de la reunión.*

7. **Despedidas y cierres.** Deben estar claros los objetivos cumplidos, los pasos a seguir y las acciones pendientes. Es necesario recalcar cuales serán nuestras tareas, poniéndolas en valor, idealmente por parte del organizador, para que el cliente tenga en mente el trabajo conjunto de muchas personas en diferentes aspectos.

El cierre debe ser de nuevo cercano, vinculado con el proyecto pero también con la persona.