

## **AGENDA OPERATIVA DEL TALLER**

### 1. ¿CÓMO DEBE SER ARGENTINA CONVERSA? ¿QUÉ TIPO DE FORMA DE ORGANIZACIÓN QUEREMOS?

1. ¿DÓNDE ESTAMOS HOY Y HACIA DÓNDE QUEREMOS IR?
2. LOS RESULTADOS QUE SE ESTÁN LOGRANDO.
3. RESULTADOS QUE SE DESEAN ALCANZAR – OBJETIVOS
4. ¿QUÉ SE ESPERA DE ARGENTINA CONVERSA EN MATERIA DESARROLLO Y CRECIMIENTO A FUTURO?
5. ALIANZAS ESTRATÉGICAS ACTUALES Y FUTURAS.
6. DIVERSIFICACIONES QUE ASEGUREN EL CRECIMIENTO.

### 2. ARGENTINA CONVERSA Y SU GENTE

1. ESTILO DE LIDERAZGO Y GOVERNABILIDAD
2. DESCRIPCIÓN DE NUESTRO PACTO CULTURAL
3. LA ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN ACTUAL Y FUTURA
4. REQUERIMIENTOS Y CAPACIDADES NECESARIAS PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS
5. CALIDAD DE SERVICIO A LOS PÚBLICOS INTERNOS.

### 3. LA INFRAESTRUCTURA

1. ¿CUÁL ES LA INFRAESTRUCTURA CON LA QUE CUENTA LA ARGENTINA CONVERSA HOY?
2. ¿CUÁL ES EL EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO CON EL QUE CUENTAN NUESTROS COLABORADORES?

### 4. LA ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA, ECONÓMICA Y FINANCIERA

1. PANORAMA FINANCIERO Y ECONÓMICO PRESENTE Y FUTURO DE ARGENTINA CONVERSA.

### 5. LAS COMUNICACIONES

1. DEFINICIÓN DE NUESTRO PÚBLICO OBJETIVO.
2. DESCRIPCIÓN DE NUESTRO POSICIONAMIENTO ACTUAL Y FUTURO: ATRIBUTOS - IMAGEN Y REPUTACIÓN.
3. PRESENTACIÓN DE NUESTRO PLAN DE COMUNICACIONES ON LINE Y OFF LINE – CAMPAÑAS – VOCEROS.

4. PRESENTACIÓN DE NUESTRA ESTRATEGIA ON LINE PARA LA CONSTRUCCIÓN DE COMUNIDADES VIRTUALES.
5. ESTADO ACTUAL DE NUESTRO DIÁLOGO CON LOS PÚBLICOS DE INTERÉS.

## 6. LOS PÚBLICOS

1. ¿QUIÉNES SON NUESTROS PRINCIPALES PÚBLICOS Y A QUÉ SEGMENTOS PERTENECEN?
2. ¿CUÁLES SON LAS VERDADERAS EXPECTATIVAS DE NUESTROS PÚBLICOS ACTUALES?
3. ¿CÓMO SON NUESTRAS RELACIONES CON LOS PÚBLICOS?
4. ¿QUÉ ES LO QUE MÁS VALORAN?
5. ¿QUÉ HAREMOS PARA RETENERLOS?
6. ¿POR QUÉ HAY PÚBLICOS QUE NO SE SIENTEN CONVOCADOS POR ARGENTINA CONVERSA?
7. RAZONES POR LA PÉRDIDA DE PÚBLICOS.
8. ¿QUIÉNES DEBERÍAN SER PARTE DE ARGENTINA CONVERSA Y TODAVÍA NO LO SON?

## 7. ACCIONES

1. ¿CUÁLES SON LAS ACCIONES QUE DEBERÍAMOS DESARROLLAR EN EL CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO?

## 8. LA ESTRATEGIA DE BUSQUEDA DE FONDOS

1. EL MARCO COMPETITIVO Y COOPETITIVO
2. LA LÍNEA DE ACCIÓN: ACTUAL Y FUTURA.
3. ESTRATEGIAS DE BÚSQUEDA DE FONDOS EN EL MUNDO ON LINE Y OFF LINE.
4. POSIBLES FUENTES DE FINANCIAMIENTO A NIVEL LOCAL, REGIONAL E INTERNACIONAL – MAPEO.

## 9. ALIANZAS ESTRATÉGICAS: COMPETIDORES / COOPETIDORES

1. ¿QUIÉNES SON? ¿HACIA DÓNDE VAN?
2. ¿CUÁLES Y CÓMO SON SUS SERVICIOS Y PROGRAMAS?
3. ¿QUIÉNES Y CÓMO SON SUS PÚBLICOS? ¿A QUÉ PÚBLICOS LLEGAN Y CUÁLES CONSIGUEN RETENER?
4. ¿CÓMO SON SUS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN, MARKETING Y FUNDRAISING?
5. ¿QUÉ SE PUEDE APRENDER Y ADAPTAR DE ELLOS?
6. ¿EN QUÉ NOS PODRÍAMOS COMPLEMENTAR?

7. ¿CON QUIENES NOS GUSTARÍA CONSTRUIR UNA ALIANZA?
8. ¿DE QUÉ REDES O COLECTIVOS NOS GUSTARÍA PARTICIPAR?
9. ¿CUALES SON NUESTRAS VENTAJAS COMPETITIVAS, COMPARATIVAS Y COOPETITIVAS?

10. ARGENTINA CONVERSA: CONSOLIDANDO LAS FORTALES, SUPERANDO LAS DEBILIDADES, APROVECHANDO LAS OPORTUNIDADES Y NEUTRALIZANDO LAS AMENAZAS.

11. GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

1. ADMINISTRACION DE BASES DE DATOS.
2. MANUALES DE PROCEDIMIENTO E INSTRUCTIVOS.

Toda la información que hemos reunido a lo largo de estas discusiones, sumada a las conclusiones a las que hemos arribado, nos permitirán contar con la información necesaria como para poder descubrir, identificar y definir claramente:

**LA HABILIDAD DISTINTIVA DE ARGENTINA CONVERSA**

*¿Qué es aquello que hacemos mejor que nadie?*

*¿POR QUÉ NOSOTROS?*