



# PRENSA

## RELACIONES CON LOS MEDIOS Y DIFUSIÓN EN PRENSA

### Objetivo y estrategia comunicativa

El primer paso para la realización de una correcta difusión en los medios de comunicación es identificar la necesidad y definir el objetivo esperado, para llevar a cabo una correcta estrategia comunicativa. Entender a qué target se quiere llegar, de qué manera y a través de qué medios.

### Identificación de líneas discursivas

Asesoramiento para la estructuración del discurso de una institución, empresa o persona, utilizando los conceptos más acertados y la información adecuada para transmitir el mensaje de una manera atractiva, dinámica y noticiable para los medios. Búsqueda de aristas diferenciadas para llegar a la máxima variedad de medios, tanto sean especializados en temas concretos, como de información general.

### Gestión de contenidos

Redacción de gacetillas, comunicados oficiales, solicitadas, discursos y todo tipo de contenidos de impacto mediático.

### Manejo estratégico de medios de comunicación

Relación con periodistas especializados de cada medio, según la orientación del cliente. Charlas en profundidad con periodistas y formadores de opinión; establecimiento de un vínculo de confianza. Gestión de charlas en off.

### Planificación ante situaciones de contingencia

Desarrollo de protocolos de comunicación de crisis, integrado a un plan previo determinado. El "Plan de Comunicación en Contextos Críticos" se elabora de acuerdo a distintos escenarios que podrían generar una crisis de confianza frente a la opinión pública. Incluye la presentación de posibles escenarios negativos; soluciones alternativas; media coaching, entre otros instrumentos de acción.

### Media Coaching

Asesoramiento y entrenamiento para voceros o personas públicas. Detectamos cómo se debe emitir el mensaje mediante la elaboración del discurso desde una "zona de comodidad". El entrenamiento y la preparación varían según el medio, el mensaje, el vocero y los distintos targets a los que apunta la comunicación.

### Clipping de medios

Recopilación de las noticias publicadas, en los distintos medios, referidas a la difusión realizada.

### Auditoría de medios

Recopilación y seguimiento diario sobre noticias vinculadas a determinadas instituciones, personalidades o temáticas previamente establecidas.

### Generación de activaciones prensables

Generación de propuestas de actividades que sean atractivas y despierten el interés de la prensa potenciando su difusión. Las activaciones son un medio alternativo para dar más "color" a ciertos contenidos que muchas veces no suelen ser tenidos en cuenta por los medios.

### Desarrollo de medios digitales, gráficos y formatos televisivos

Desarrollo y comercialización de medios propios -portales de noticias, revistas y contenidos audiovisuales-.