

EMPRESA I WEB 2.0

L'era 2.0 ha modificat les relacions entre els consumidors i les empreses. Els clients ja no són simples receptors d'informació sinó que interactuen de forma constant i cal que les empreses estiguin presents a les xarxes socials per respondre a les seves necessitats. Una presència que els permet obtenir reconeixement, enfortir la imatge de marca i, en definitiva, estar més aprop d'un usuari que en els últims anys ha crescut de forma exponencial fins arribar al 80% de les persones connectades a Internet.

Anàlisi de la situació

Elaboració d'un **pla de xarxes socials** que permeti conèixer la situació de partida i determinar l'estratègia a seguir. Caldrà fixar, doncs, els objectius, el públic a qui ens dirigim, les xarxes en què s'actuarà i les actuacions concretes a realitzar, entre d'altres.

Presència a les xarxes

Creació de **perfils** a les principals xarxes socials (Facebook, Twitter, YouTube) i valoració de la presència en altres xarxes més específiques (Instagram, Foursquare, Pinterest...). Actualització periòdica dels continguts i dinamització del contacte amb els seguidors.

Pàgina web

Creació i manteniment d'una **pàgina d'empresa** per tal de potenciar la imatge de marca a Internet i vincular-la a les accions dutes a terme en les diferents xarxes socials. Actualització periòdica dels seus continguts.

Altres eines de màrqueting

Incorporació, en cas que sigui necessari, d'altres **eines de promoció** a l'entorn *on line* com ara l'elaboració i enviament de newsletters, la posada en marxa d'un blog o l'organització de campanyes publicitàries a través d'Internet, entre d'altres.

ALTRES SERVEIS DE COMUNICACIÓ CORPORATIVA

- Elaboració de **plans de comunicació** per determinar les necessitats de l'empresa
- Redacció de **dossiers i notes de premsa** i enviament als mitjans de comunicació
- Organització d'**esdeveniments i rodes de premsa** per difondre novetats
- Disseny de **campanyes de publicitat** a mitjans escrits i audiovisuals