

EMPRESA I COMUNICACIÓ

“Si un fet no apareix als mitjans, no existeix”. Aquesta frase de l’escriptor italià Umberto Eco defineix el poder que té la comunicació de masses avui en dia i que es concreta amb una implantació mitjana en la població del 60% entre premsa escrita, ràdio i televisió. El món de l’empresa no es queda al marge. Tenir un bon discurs, saber-lo comunicar i escollir bé els canals de difusió és vital perquè les empreses puguin arribar als consumidors i oferir-los informació dels seus productes i serveis.

Anàlisi de la situació

Elaboració d’un **pla de comunicació** que permeti definir la situació de partida i determinar l’estratègia a seguir. Caldrà fixar, doncs, els objectius, el públic a qui ens dirigim, les eines que s’utilitzaran i les actuacions concretes a realitzar, entre d’altres.

Difusió als mitjans

Redacció de **dossiers i notes de premsa** per tal de donar a conèixer aspectes relacionats amb l’empresa i la seva activitat. Tramesa de la informació als mitjans de comunicació i establiment d’una relació propera amb els seus professionals.

Relacions públiques

Coordinació d’**esdeveniments, presentacions i altres actes** de relacions públiques amb l’objectiu de difondre novetats sobre productes o serveis de l’empresa. Cobertura mediàtica dels actes amb l’organització de rodes de premsa.

Aparicions publicitàries

Programació de **campanyes de publicitat** adreçades a mitjans escrits i audiovisuals per tal de reforçar les iniciatives de comunicació dutes a terme i apropar-se d’aquesta manera al consumidor a través de diferents suports.

ALTRES SERVEIS PER A L’EMPRESA 2.0

- Elaboració de **plans de xarxes socials** per conèixer les necessitats de l’empresa
- Creació, actualització periòdica i dinamització dels **perfils** a les diferents xarxes
- Creació i manteniment de **pàgina web** per potenciar la imatge de marca
- Incorporació d’altres **eines de màrqueting** com ara blogs o newsletters