

Cómo pueden tener las empresas a la prensa como aliada en su estrategia de comunicación

Convierte a tu empresa en noticia



Financiado por:



Introducción

- **De periodista a empresarios.** Más de 20 años de periodista dedicada al periodismo empresarial y más de 6 años dirigiendo la revista PYMES Magazine.
- **Los objetivos son educar e informar** sobre las ventajas de integrar la prensa en la estrategia de marketing empresarial.

La prensa en la estrategia de comunicación

¿Qué aporta?

1. Aumento de la **visibilidad y alcance**
2. Diferenciación de la competencia
3. Gestión de la **reputación**
4. Aporta mayor **CREDIBILIDAD** y **CONFIANZA** al mensaje de la empresa.
5. Menor **coste**

Impacto en la visibilidad y SEO

- Las Notas de Prensa (N.P.) bien escritas y distribuidas estratégicamente pueden mejorar significativamente el posicionamiento SEO de una empresa.
- Uso de palabras claves
- Backlinks

Aumento del Tráfico Web

- Incrementan el tráfico hacia el sitio web de una empresa. Esto se debe a la curiosidad y el interés generado por las noticias, llevando a las personas a buscar más información sobre la empresa y sus productos o servicios

Credibilidad y Confianza

- Según una encuesta de Nielsen, el 92% de los consumidores confía más en el contenido publicado en prensa como noticia, que en cualquier otra forma de publicidad. Influye poderosamente en las decisiones de compra de los consumidores

Eficiencia Costo-Beneficio

- Más económico y ofrece un retorno de inversión potencialmente mayor, con respecto a la publicidad tradicional.

Nota de Prensa vs. Propuesta de Contenido

	Notas de prensa	Propuesta de contenido
Objetivo	Informar	Persuadir
Formato	Noticia	No tiene
Distribución	Listado de medios	A un periodista

Convertir tu empresa en noticia

- **Innovación:** presenta productos, servicios o procesos que rompan moldes o introduzcan mejoras significativas sobre lo existente.
- **Actualidad:** relaciona tu empresa o sus iniciativas con temas de actualidad o tendencias emergentes. (Perchas informativas)
- **Impacto en la comunidad:** destaca cómo tu empresa afecta positivamente a la comunidad local o a un sector específico.
- **Premios y reconocimientos:** comunica cualquier premio o reconocimiento que tu empresa haya recibido.

- **Historias humanas:** comparte historias de empleados o clientes que sean inspiradoras y muestren el impacto humano de tu empresa.
- **Cifras y estadísticas impactantes:** utiliza datos cuantificables para destacar el crecimiento, el impacto o cambios significativos gracias a tu empresa.
- **Participación en eventos importantes:** informa sobre la participación de tu empresa en eventos significativos o patrocinios.

7 trucos para llamar la atención de los medios

1. **Personaliza las propuestas:** investiga y personaliza tus mensajes según el medio y el periodista específico, mostrando cómo tu historia encaja con sus intereses y audiencia.
2. **Utiliza un gancho atractivo:** crea un título y subtítulo que capten la atención, utilizando palabras claves relevantes y un enfoque intrigante.
3. **Facilita multimedia:** incluye material multimedia de alta calidad, como imágenes, vídeos o infografías, que puedan ser utilizados directamente en las publicaciones.

4. **Sé conciso y claro:** redacta notas claras y concisas, resaltando la importancia y singularidad de la noticia en los primeros párrafos. (Pirámide invertida)
5. **Ofrece disponibilidad:** asegúrate de estar disponible para entrevistas o para proporcionar información adicional rápidamente.
6. **Construye relaciones a largo plazo.** Más allá de una interacción puntual, esfuérate por construir relaciones duraderas con los periodistas.
7. **Sé Oportuno.** Temas de rabiosísima actualidad, Días De...

Pitch eficaz y Propuestas Exitosas

- Un **pitch eficaz** para periodistas y **propuestas exitosas** para llamar la atención de los medios son cruciales para obtener cobertura mediática. Estos deben ser claros, concisos, y destacar el valor único de la noticia para el medio y su audiencia.

Ejemplos

- **Asunto:** que llame la atención o titular de la nota de prensa
- **Cuerpo Email:**
 - Saludo personalizado.
 - Primer párrafo presentando la noticia y de porqué es importante para su audiencia.
 - Segundo párrafo donde se describa el material que adjunta y la disposición para ayudar.
 - Despedida.

Consejos para el éxito

- **Personaliza el mensaje**, Dirígete al periodista por su nombre y menciona algún trabajo reciente suyo que te haya gustado. Esto muestra que has investigado y valoras su trabajo.
- **Sé claro y conciso**: Ve directo al grano en los primeros dos párrafos. Los periodistas estamos ocupados y apreciamos la brevedad.
- **Incluye ganchos relevantes**: Alinea tu pitch con tendencias actuales, estadísticas impactantes o eventos recientes para aumentar su relevancia.
- **Ofrece exclusividad**: Si es posible, ofrece la historia como una exclusiva o primer acceso a cierta información o productos.

Marcas sevillanas en los medios

Pepe Pinreles:

https://www.telecinco.es/noticias/curioso/20230328/pepe-pinreles-crean-calzetines-reyes-felipe-vi-letizia-tocando-cajon-cadiz_18_09.124821.html

Neurología Sevilla



Bécquer Abogados

- <https://www.mitele.es/programas-tv/en-boca-de-todos/>



¿Tienes alguna pregunta?

Empieza ya a trabajar en tu estrategia de comunicación tus relaciones con los medios de comunicación

GRACIAS

Rocío Espinosa

Directora de PYMES Magazine y PYMES Comunicación

- **Email:** rocioespinosa@pymesmagazine.es

- **Tlf:** 652 38 21 23

- **LinkedIn:** @rocioespinosacanales

Instagram: @rocioespinosa__

- **LinkedIn:** @pymesmagazine

Instagram: @pymesmagazine

Información y Consultas en
masempresas.cea.es



/CEA.es



@CEA.es_



/CEA.es



Gracias

Financiado por:



Información y Consultas en
masempresas.cea.es



/CEA.es



@CEA.es_



/CEA.es



Colaboran:



Financiado por:

