

→ **Comunicación y RRPP**

Fecha: 27 de abril de 2009

## **LAS CINCO NUEVAS REGLAS PARA LAS RELACIONES PÚBLICAS**

Las campañas tradicionales de relaciones públicas están perdiendo su efectividad, según un artículo de la revista *ClickZ*, que plantea que en el pasado el oficio dependía mayoritariamente de publicar una historia a través de medios tradicionales consumidos por el público objetivo.

Ahora, con la fragmentación de las audiencias y el cierre de muchas publicaciones escritas la labor debe centrarse en diversas fuentes digitales, que son un diverso conglomerado de portales institucionales y de blog, a donde acude el consumidor para informarse y entretenerse.

Cuando los usuarios pasan el 45% de su tiempo en internet, según un estudio realizado por Nielsen, la actitud de los encargados de las relaciones públicas debe cambiar y ser orientada hacia la integración de una campaña en múltiples canales, mejorando la percepción de la marca, optimizando esfuerzos y extendiendo el contacto con el consumidor.

Esta estrategia tiene cinco reglas a seguir, según *ClickZ*, para lograr un acercamiento al cliente y una proyección a futuro:

1. Determinar cuales son los objetivos de marketing del programa de relaciones públicas, construyendo una identidad de marca en una variedad de plataformas, en múltiples formatos y a través de métodos conversacionales.
2. Considerar a la audiencia a la hora de estructurar la campaña, es decir incluir en la lista de receptores a consumidores, inversores, clientes, prensa e instituciones públicas.
3. Desarrollar un plan de contenidos que atraiga a la prensa tradicional y que genere fidelidad a través de la información que se publica.
4. Saber utilizar el entorno de internet y conocerlo mediante un mapa de la web 2.0.
5. Medir los resultados de los esfuerzos realizados con herramientas, que a menudo son gratuitas.



1999-2009 © MarketingDirecto.com

Dirección: Guzmán el Bueno, 21 - 1º Izqda. 28015 - Madrid - España

E-mail: [info@marketingdirecto.com](mailto:info@marketingdirecto.com)