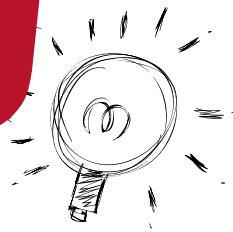




Las reglas del juego han cambiado en #publicidad

by @comuniqualis

La comunicación empresarial está cambiando. Los mensajes publicitarios en una sola dirección ahora son una "conversación" entre las marcas y sus clientes, que hemos pasado a llamarlos "fans" o "amigos"



El marketing y la publicidad se han popularizado. En cualquier conversación se habla del último anuncio que circula por YouTube, del lanzamiento de tal o cual producto en facebook, o del último disco lanzado en Spotify.

Las empresas valencianas están actuando en el mercado con rapidez, promocionando sus marcas directamente, o a través de su agencia de publicidad, en los nuevos medios. Estamos ante un momento apasionante de cambio, en el que está "todo por hacer".

De unos pocos años a esta parte los nuevos medios han hecho su aparición en el panorama empresarial. Redes como twitter, facebook o LinkedIn han cobrado mucho protagonismo y son vistos por las marcas como un nuevo canal de comunicación con sus clientes y seguidores.

Ahora bien, ¿Son realmente eficaces? ¿Es más rentable una campaña de publicidad en internet que en medios convencionales como la prensa, la radio o la televisión?

De todo esto hablamos con COMUNIQUALIS, una agencia de publicidad de capital íntegramente valenciano con trece años de experiencia.

¿Cuál es la principal función de las redes sociales?

CQ: Lo más interesante de las Redes Sociales como medio de comunicación es su capacidad para generar Branding. Esto significa hacer que las marcas sean más reconocidas por los consumidores.

Gracias a estas nuevas herramientas las empresas tienen más oportunidades de generar "engagement". Es decir, crear vínculos emocionales y que los clientes recomienden tu marca.

¿Qué recomendaríais a una empresa que planea su implantación en internet?

CQ: Tienes que tener claro que la presencia en internet es un camino de largo recorrido. marca será reconocida cuanto más clara y eficaz sea su estrategia de comunicación.

Si no mantienes un buen perfil en las redes sociales puedes generar una reputación negativa hacia tu marca.

En esto no se diferencia de cualquier otra campaña. Lo principal es tener claro el objetivo, la estrategia y el esfuerzo económico a realizar.



¿Qué beneficios tiene una campaña de Social Media?

CQ: Cualquier campaña en internet te permite experimentar con un presupuesto muy ajustado. Creas una unión entre la marca y sus seguidores, incluso los conoces individualmente, lo que supone dirigirte a ellos personalmente. Además, el marketing on-line te da la posibilidad de contrastar resultados y establecer una medición de los impactos de forma inmediata.

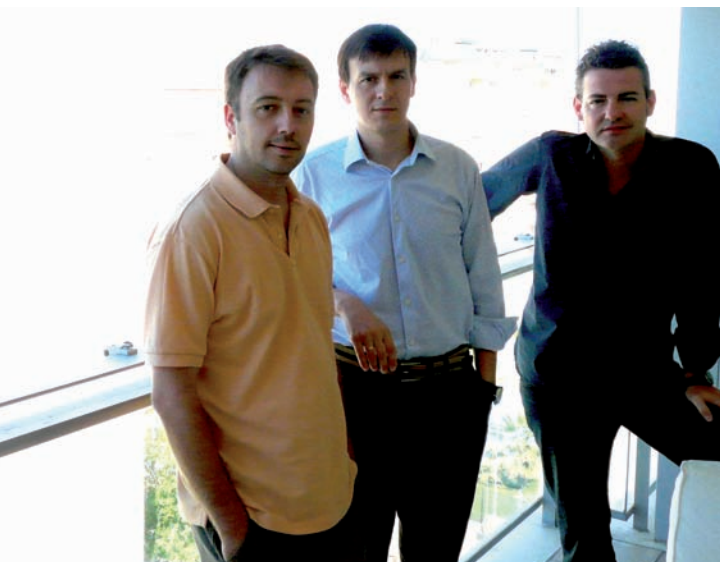
“Si no mantienes un buen perfil en las redes sociales puedes generar una reputación negativa hacia tu marca”

¿Qué puede ofrecer vuestra agencia?

CQ: Podemos ofrecer lo que no ofrecen las grandes agencias: una implicación más directa en los problemas de nuestros clientes. Ese valor añadido lo da la proximidad y la flexibilidad en cada nuevo proyecto. Nos apasiona lo que hacemos y estamos al día en cuanto a las últimas tendencias en Europa y Estados Unidos.

Para finalizar, ¿Qué perspectivas de futuro tiene el sector del marketing on-line?

CQ: Los últimos estudios nos indican que más de la mitad de las empresas españolas aumentarán su inversión en internet en 2011. Es un nuevo tiempo de oportunidades donde reinventar la nueva comunicación y las relaciones entre las marcas y su público.



Sergio Iborra, José Vicente Sancho y Jose Luis Poyatos. Socios fundadores de COMUNIQUALIS, en la terraza de la agencia.

NETWORKING



digitaldumbovalencia.com

Por primera vez el evento de marketing on-line “Digital DUMBO” salió de Nueva York y se celebró en Valencia. Fue una jornada muy interesante para todos los asistentes que pudieron intercambiar contactos y generar nuevas oportunidades de negocio en el ámbito del marketing en internet.

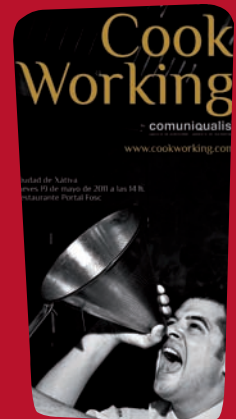
SOCIAL MEDIA



La importancia de las Redes Sociales como medio de comunicación ha llevado a COMUNIQUALIS a crear un departamento especializado en acciones de Community Manager, aumentando el reconocimiento de marca de sus clientes.

COOK-WORKING

Uno de los puntos fuertes de la agencia es generar eventos empresariales en un entorno original. Es el caso de Cook-Working, celebrado en el restaurante Portal Fosc de Xàtiva con el chef Jordi Garrido. Un nuevo concepto de hacer negocios unido a la cocina de autor.



cookworking.com

STREET MARKETING



deportevalencia.com

La promoción de Valencia 2011 “Capital europea del deporte” requería de acciones especializadas en “Street-Marketing” para hacer partícipes a los ciudadanos de un hito de esta dimensión en el deporte valenciano.