Somos una consultora de comunicación formada por un equipo de más de 30 profesionales que se sitúa entre las 10 principales compañías españolas del sector.

**Escuchamos**

En las encuestas la gente dice como piensa. En las redes muestra como es.

Monitorización

La base de nuestro proceso comunicativo es saber escuchar: recogida de datos, emociones y sensaciones. Combinamos herramientas tradicionales con las nuevas tendencias del mercado para conseguir el sistema de escucha más completo del mercado.

Geolocalización

Es importante saber qué se dice, pero si a este ítem le añadimos dónde se dice la ecografía comunicativa resultante es mucho más completa y polivalente. La geolocalización permite cruzar los datos de espacio y tiempo de manera totalmente innovadora.

Gestión de Big Data

La interpretación y comunicación del dato es un futuro inmediato. Las herramientas con las que ya contamos permiten una segmentación de audiencias con una concreción de perfiles y mensajes que adelanta lo que será la comunicación corporativa a la carta.

**Pensamos**

Somos consultores, primero pensamos

Gestión de conocimiento

Para gestionar la información del entorno de manera eficaz es preciso contar, además de con las herramientas adecuadas, con el bagaje de conocimiento y experiencia acumulados a lo largo de 25 años de práctica profesional contrastada.

Planteamiento estratégico

El proceso comunicativo es cada vez más complejo y de mayor caducidad. Garantizar su eficiencia demanda una visión global: buena definición de objetivos y audiencias, así como una estrategia coherente en su ejecución y en la evaluación de resultados.

Sistemas de análisis propios

En Torres y Carrera contamos con dos sistemas de análisis propios. El método OASIS© que permite someter a estrés cualquier proceso comunicativo para validar su eficiencia y el Systemic Prospective© que proyecta escenarios sobre matrices matemáticas.

**Compartimos**

Los mensajes deben convertirse en historias con capacidad para perdurar en el tiempo.

Contenidos

En la generación de contenidos combinamos el interés informativo con el corporativo. El reto actual de la comunicación de empresa reside en construir un relato atractivo y real. Una historia coherente entre lo que se es y lo que se dice ser.

Canales

La gestión de contenidos actual es digital y multicanal. Los medios de comunicación siguen siendo fundamentales en la vertebración de nuestra sociedad, pero la realidad de los social media permite recuperar la esencia de la comunicación directa.

Tiempos

La naturaleza digital de la comunicación contemporánea ha supuesto una paradoja en la gestión del tiempo: se ha comprimido a la hora de interpretar la emisión del mensaje, pero se ha hecho infinito en la prevalencia de un relato corporativo (huella digital).

Resultados

Nuestra economía está basada en la búsqueda constante de la eficiencia. La comunicación corporativa debe garantizar un sistema de evaluación y retorno de la inversión soportado en métricas claras y consensuadas entre las partes.

**Sentimos**

El compromiso de las organizaciones en el siglo XXI debe ser real. Nosotros creemos sinceramente que un buen desempeño de nuestra actividad contribuye a mejorar el mundo.