>Comunicación de Crisis

Las crisis llegan sin avisar, de forma rápida e imprevista y conceden muy poco tiempo de reacción. El equipo de Marco de Comunicación es consciente de la vital importancia para las empresas de estar preparadas ante una posible situación crítica. Por este motivo ofrece soporte en los siguientes ámbitos:

Prevención de crisis: Marco de Comunicación audita los posibles riesgos de la marca a través de un gabinete de crisis con el objetivo de preparar a la empresa para reaccionar ante posibles situaciones de riesgo. Desarrollamos un detallado manual de crisis, analizando todos los posibles ángulos a los que hacer frente y realizamos simulacros para la preparación de todos los miembros del equipo. La compañía alemana del sector energético EON es un ejemplo de cliente en este sector.

Gestión de crisis: El equipo de Marco de Comunicación está disponible las 24 horas ante las situaciones que puedan surgir. Es imprescindible reaccionar con inmediatez y diseñar un plan de acción que permita atajar la situación de la manera más rápida y efectiva. Una buena gestión de crisis puede llegar a convertir una situación de riesgo en una oportunidad.

>Comunicación Financiera

Si bien en todos los ámbitos la estrategia de comunicación es fundamental para impactar positivamente en el negocio, en el caso de la comunicación financiera el enfoque estratégico es vital. Tanto grandes compañías propias del sector financiero, como corporaciones de otros sectores que presentan resultados o atraviesan procesos corporativos como adquisiciones, fusiones o salidas a bolsa, han confiado en Marco de Comunicación para su estrategia de comunicación financiera.

1. Sector financiero: ICBC o Deutsche Bank han sido algunos de los grandes nombres con los que hemos trabajado dentro de este sector. Para su presentación y puesta de largo en España y para su lanzamiento en el mercado hipotecario español, respectivamente.

2. Investor relations: la comunicación con los inversores es de suma importancia dentro de un entorno económico tan competitivo como el actual y una buena estrategia puede potenciar el valor de una empresa. Marco de Comunicación cuenta con una amplia experiencia en:

Empresas que cotizan en bolsa, como Prologis o ICBC.

Mergers & acquisitions, con clientes como por ejemplo DoubleClick, Waze, Unica, Webex, Myalert, Berggi, FDI, NTRglobal, JustFab, Loquo o Alberto Culver han depositado su confianza en Marco de Comunicación durante sus procesos de M&A.

>Comunicación Interna

El equipo humano de una empresa es el verdadero motor de sus resultados. Marco de Comunicación sabe que para aumentar la eficacia en una organización, los trabajadores deben sentirse parte de ella. La creación de una cultura corporativa, unos valores y un lenguaje común fortalecen el compromiso y sentimiento de pertenencia de todas las personas que forman parte de una compañía.

Grandes empresas como DIA, Intelcia, Bombardier, ACC1Ó, Unilever, Airbus o Sanofi han confiado en Marco de Comunicación para establecer una comunicación eficaz dentro de la organización, transmitir sus mensajes corporativos y motivar a sus empleados a través de diferentes canales (newsletters, eventos, cursos de formación, focus groups, etc.).

>Eventos

En Marco de Comunicación ofrecemos nuestra experiencia en organización de eventos como parte de nuestro amplio abanico de servicios. Creamos eventos como táctica de relaciones públicas dentro del plan de comunicación de nuestros clientes habituales o bien como proyectos independientes.

La repercusión mediática y la revalorización de la imagen de marca que producen los eventos corporativos, en sus múltiples formas, los convierten en un recurso muy poderoso dentro de una estrategia de comunicación. Existen tantos proyectos o acciones a llevar a cabo como la imaginación pueda concebir. Nuestro equipo de profesionales consigue realizar acciones sorprendentes adecuándose a los objetivos y necesidades comunicativas de cada cliente.

Ejemplos de eventos

Acciones de Street Marketing

Congresos médicos

Eventos culturales

Eventos mediáticos con famosos

Exposiciones

Celebración de Aniversarios

Inauguraciones

Lanzamientos

Participación en Ferias

Mesas redondas

Seminarios

Presentaciones de productos

Smart Mobs

>Gabinete de Prensa

La labor que desarrollamos como gabinete de prensa en Marco de Comunicación no se limita a difundir comunicados de prensa y atender las peticiones de los periodistas, sino que también pensamos en acciones comunicativas para convertir la actividad o los productos del cliente en noticia. Además, gestionamos estrategias de comunicación de crisis cuando es necesario.

Cómo trabaja nuestro gabinete de prensa

Desde el Gabinete de Prensa de Marco de Comunicación desarrollamos los materiales básicos de comunicación: definición y elaboración del kit completo de prensa que incluye el dossier de prensa y el fact sheet de la compañía y/o productos. Definimos los Q&As y los mensajes clave de la compañía y diseñamos diferentes herramientas de comunicación como newsletters y salas de prensa virtuales con los correspondientes recursos informativos para periodistas.

En Marco de Comunicación contamos con una metodología que parte de una auditoría inicial ejecutada por el gabinete de prensa. Una herramienta proactiva de relación con los medios de comunicación que tiene como objetivo la difusión de mensajes, además de ayudar a la compañía a forjar lazos de futuro con sus públicos.

Además, en Marco de Comunicación utilizamos tanto los canales habituales de comunicación como las novedosas herramientas digitales para contactar con periodistas clave de cara a la organización y gestión de entrevistas, la difusión y seguimiento de comunicados de prensa, artículos de opinión, redaccionales y la organización de desayunos de prensa.

>Identidad Corporativa

La empresa ha de buscar su propia personalidad, cimentándola sobre una filosofía sólida, coherente y diferenciadora. Esa personalidad ha de estar presente siempre de forma nítida y transparente, tanto si se muestra a través de sus trabajadores como si se hace a través de los productos que fabrica o los servicios que presta.

Es fundamental lograr una correcta comunicación y transmisión de los valores y filosofía de la empresa para poder posicionar la imagen de marca en la mente del consumidor. De esta manera lograremos forjar la identidad empresarial y definir la cultura corporativa.

Creación y comunicación de la identidad corporativa

En Marco de Comunicación asesoramos a nuestros clientes para generar una identidad corporativa acorde con la filosofía de la empresa y ayudamos a construirla de forma integral. Así, transformamos valores y atributos en mensajes clave que han de ser transmitidos coherentemente a través de todos los canales y herramientas de comunicación que utiliza la empresa, empezando por su logo y su manual de identidad corporativa.

>Media Coaching

Para llevar a cabo una buena comunicación de empresa se ha de estar preparado. Tener las actitudes y aptitudes adecuadas con los medios de comunicación no es fácil. Un mensaje transmitido correctamente garantiza el éxito del trabajo, motivo por el cual en Marco de Comunicación ponemos a disposición de nuestros clientes un servicio de media coaching personalizado. Aquello que se comunica tiene la misma importancia que el modo en que se comunica.

Entrenamiento en técnicas de comunicación

En Marco de Comunicación desarrollamos cursos de portavoces personalizados para nuestros clientes. Gracias a esta formación, los portavoces adquieren la técnica necesaria no sólo para dar respuestas directas, rápidas e informativas a los medios de comunicación, sino también para introducir los mensajes clave en las respuestas.

Conocer la situación de los medios de comunicación, su protocolo, lenguaje y situación en el mercado es fundamental para los futuros portavoces de una compañía. Esto ayudará a definir su estilo, adaptar los mensajes a cada uno de sus interlocutores, conocer al receptor final de estos mensajes y aplicar las técnicas de comunicación para transmitirlos con efectividad.

>Public Affairs

Desde Marco de Comunicación se realiza un exhaustivo seguimiento de los organismos públicos y de la evolución legislativa y gubernamental para establecer planes de impacto e influencia que favorezcan vínculos con nuestros clientes.

MdC cuenta con una sólida experiencia en Asuntos Públicos (Public Affairs) y Relaciones Institucionales, habiendo colaborado con grandes corporaciones como la Agencia Marroquí de Desarrollo de Inversiones (AMDI), Unión por el Mediterráneo (UpM), ACC1Ó, Surgenia o Pro México.

>Publicidad y Diseño

En Marco de Comunicación contamos con un departamento creativo que cubre las necesidades de diseño de nuestros clientes. La calidad de sus trabajos lo han convertido en merecedor de numerosos premios a nivel internacional.

Publicidad para una comunicación efectiva

En MdC apostamos por la publicidad como un medio clave del plan de comunicación. Nuestros ejecutivos y creativos definen los objetivos y los transforman en conceptos impactantes que, además de crear una línea publicitaria, sirven como base para comunicar nuevas historias a través de los medios de comunicación.

Asimismo, el conocimiento que poseen nuestros expertos de las divisiones de Corporate, Consumo, Tecnología y Salud asegura la inserción de la publicidad en el medio óptimo, permitiendo llegar al target adecuado. En Marco de Comunicación contamos con equipos internos que garantizan diseño, difusión y efectividad. Esta estructura nos permite ser independientes y autónomos, tanto en la gestión como en la ejecución de las campañas publicitarias.

>RRPP Consumo

El posicionamiento adecuado garantiza el éxito en el mercado. En Marco de Comunicación creamos marcas partiendo de campañas 360º, planificando estrategias de relaciones públicas que sirven de guía durante el proceso de lanzamiento así como durante su posterior crecimiento. Nuestros departamentos especializados en cada una de las áreas trabajan en estrecha colaboración para lograr los objetivos del plan de comunicación global.

Acciones de RR.PP. para posicionamiento de producto

Esto se consigue a través de espectaculares eventos mediáticos, comunicados originales, ruedas de prensa divertidas o viajes de prensa impactantes. Todo ello siempre acorde al perfil del cliente y de su público objetivo.

>RSC

En Marco de Comunicación impulsamos los valores corporativos de los clientes y desarrollamos impactantes planes de responsabilidad social corporativa (RSC). En algunos casos, la RSC forma parte de la filosofía corporativa de una empresa y, en otras situaciones, tiene implicaciones de mayor calado.

>Social Media

En Marco de Comunicación somos arquitectos de la comunicación y de la información. Contar con presencia en la red se ha convertido en un requisito ineludible de construcción de marca. Por ello, nuestro equipo se ocupa de elaborar la estrategia que debe seguir la empresa a través de los nuevos canales disponibles en Internet, así como de gestionar sus contenidos.

En Marco de Comunicación creemos que las empresas deben hablar con todos sus públicos de manera transparente. La red es un espacio que fomenta el diálogo y que permite una comunicación bidireccional rápida, fluida y con una respuesta inmediata. Las redes sociales son uno de los principales estandartes de la comunicación online, entre las que encontramos Facebook, Twitter, LinkedIn, FourSquare, entre muchas otras. En MdC contamos con una sólida experiencia en el desarrollo de estrategias completamente diseñadas acorde a las necesidades de cada uno de nuestros clientes, incluyendo el desarrollo de aplicaciones, competiciones y concursos para llegar de manera efectiva a la audiencia final.

Por otro lado, los bloggers se han convertido en influyentes comunicadores debido a la fuerza que tienen como canalizadores de comunicación. En Marco de Comunicación, nuestro equipo de Digital PR está especializado en el trato directo e individualizado con blogs e interactúa con las diferentes comunidades blogueras, dividiéndolas por sus áreas de especialidad para un acercamiento totalmente enfocado tanto en los intereses de los blogs como en los mensajes de nuestro cliente, incorporando estas acciones en los planes de comunicación.

En Marco de Comunicación hemos creado nuestra propia metodología IMSI™:

Informar, ofreciendo información exclusiva y puntos de vista únicos para posicionar la presencia social de la marca como útil y diferenciadora.

Movilizar, creando una comunidad bajo una causa común liderada por la marca y uniendo a la audiencia.

Sondear, siendo una de las maneras más efectivas de conseguir opiniones de nuestra audiencia sobre la marca, su gama de productos y su mercado.

Interactuar, consiguiendo que la audiencia en las redes sociales llegue a convertirse en los embajadores y community managers de la marca.