**BURSON PRESENTACIÓNBURSON PRESENTACIÓN**

[**Quiénes somos**](javascript:textise('http://www.burson-marsteller.es/quienes-somos/')) / Sobre Nosotros

Burson-Marsteller es una consultora internacional de Comunicación, Relaciones Públicas y Public Affairs que ofrece a sus clientes:

* Acceso a las mejores ideas, las que de verdad funcionan, contrastadas en alguna de nuestras 160 oficinas de los 110 países en los que operamos.
* La resolución más adecuada a un problema, o las posibles alternativas que hemos barajado en casos similares, en nuestros más de 60 años de experiencia.
* Un equipo multidisciplinar – y multicultural – preparado para dar respuesta integral de comunicación.

Pertenecemos a uno de los mayores grupos de comunicación del mundo, WPP, del que formamos parte a través de nuestro holding Young & Rubicam.

Grupo Young & Rubicam

En España, Burson-Marsteller tiene oficinas en Madrid y Barcelona, organizados por prácticas profesionales: comunicación de consumo; de tecnología; gestión de crisis e issues; comunicación corporativa y financiera; digital; comunicación de salud; public affairs y diplomacia corporativa. Según la última edición de prScope (\*), Burson-Marsteller España es:

* La consultora mejor valorada por sus clientes.
* La consultora que más contribuye a los objetivos estratégicos (54% vs 41%, media del sector).
* La consultora líder en:

- Entendimiento del negocio del cliente

- Servicio y cumplimiento

- Equipo e involucración de directivos

- Confianza en su asesoramiento

- Comunicación de marketing

Burson-Marsteller está representada en las juntas directivas de la Cámara de Comercio de EEUU en España –AMCHAM Spain—y de la FUNDACIÓN SERES. Es miembro del Cercle d´Economia y colabora como asesor con ASHOKA y la fundación HAZLOPOSIBLE. Pertenece a las organizaciones profesionales ADECEC, AMEC, APRI y DIRCOM.

(\*) el estudio sectorial independiente cada dos años del grupo Scopen que ha analizado 25 consultoras de comunicación en España a partir de la información recogida de 287 profesionales de empresas, 87 de consultoras y 25 periodistas.

Por qué elegirnos

La primera razón es “lo que dicen de nosotros”, de nuestra forma de trabajar, nuestros principales stakeholders, según la última edición de PRScope de grupo Scopen:

* Nuestros clientes, que nos han destacado como la agencia más valorada y la que más contribuye al cumplimiento de los objetivos estratégicos, con más de 13 pp por encima de la media sectorial.
* Periodistas: que también nos han reconocido como la primera consultora, valoran nuestros protocolos de ética y transparencia; nuestra forma de organizar eventos informativos, y, por todo ello, nos eligen como la agencia en la que les gustaría trabajar.

Los cinco principios que hemos asumido – la honestidad, la transparencia, la confidencialidad, la integridad y la excelencia— nos convierten en unos socios honestos de nuestros clientes, que es lo que ellos esperan y se merecen. Tenemos implantada la cultura de la excelencia, en resultados pero también en la experiencia de nuestros clientes en su relación con nosotros. Todos nuestros consultores tienen establecidos, en sus evaluaciones anuales, sus KPIs respecto a la experiencia de sus clientes. B-M Together, nuestra metodología propia de co-creación para generar ideas y estrategias, permite a nuestros clientes tenernos más cerca de sus necesidades, de su negocio y de su realidad.

Nuestra Historia

((LINEA DEL TIEMPO NO COPIADA))

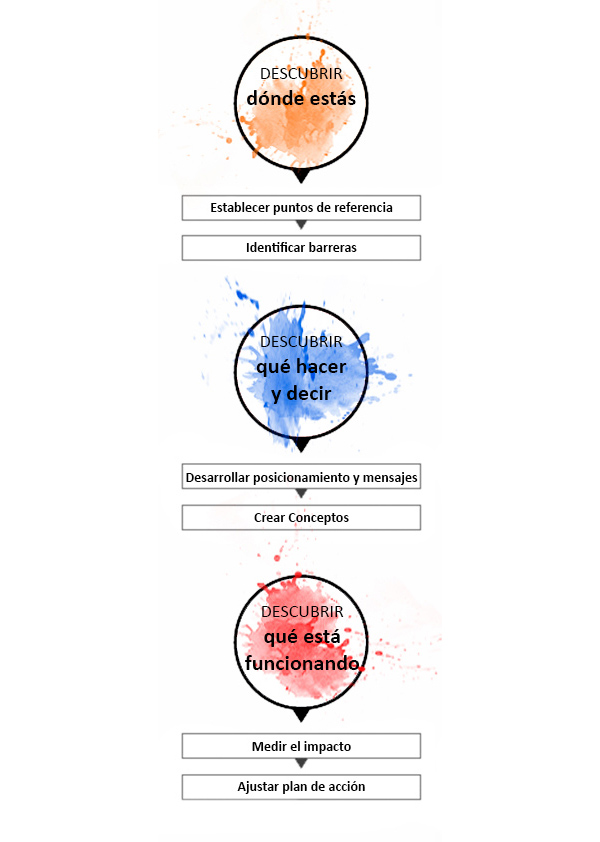
Being More

En España trabajamos para ser la consultora de comunicación más en forma, ágil y conectada del mercado. Nuestro propósito es ofrecer a nuestros clientes:

* La estrategia más inteligente a partir del conocimiento más profundo sobre su industria, puntos de presión y públicos de interés.
* Innovación y creatividad en nuestras recomendaciones y soluciones.
* Relaciones de valor añadido.
* El servicio más eficiente con un equipo experimentado, proactivo y entusiasta.

Nuestro método y enfoque se basa en fortalecer las relaciones con los públicos de interés en los momentos que importan para impactar en la reputación y en la cuenta de resultado, sabiendo que el “engagement” condiciona toda la estrategia de comunicación.

Lo llamamos comunicación BASADA EN LA EVIDENCIA.



Descubrir dónde estás

Establecer puntos de referencia

Identificar barreras

Descubrir qué hacer y decir

Desarrollar posicionamiento y mensajes

Crear conceptos

Descubrir qué está funcionando

Medir el impacto

Ajustar plan de acción

Dentro de la filosofía Being More, Burson Marsteller España ha desarrollado una nueva metodología de trabajo con el cliente denominada “Client Experience”, basada en la experiencia real en la relación con los clientes, con el objetivo de trabajar de manera constante en la mejora del servicio por parte de la compañía.

**SERVICIOS COMUNITARIOS**

Burson-Marsteller no sólo está comprometida con nuestros clientes, accionistas y empleados. También con las comunidades en las que operamos: la dirección local de la compañía y la mayoría de nuestros empleados en España trabajan anualmente en programas pro bono para varias organizaciones –Ashoka, Fundación Hazloposible, Fundación SERES, principalmente– y en un programa de voluntariado corporativo que desarrollamos conjuntamente en todas nuestras oficinas de EMEA –One Week For Kids (1W4K), una semana para los niños.

En las ediciones de 1W4K que llevamos desarrolladas en España hemos apoyado a Aldeas Infantiles, Ashoka, o el Instituto de la Familia y la Juventud, bien recaudando fondos (vendiendo bocadillos o repostería elaborados por nosotros y reparando juguetes) o aportando nuestro conocimiento en talleres sobre empatía y comunicación para los propios niños y sus profesores.