

“ **Comunícate con personas,
no con bases de datos** ”

MAPA

COMUNICACIÓN

DIGITAL

**EN
2014**

La **comunicación** y las **relaciones públicas** han cambiado. El entorno digital ha traído nuevos canales, diferentes dinámicas y distintos planteamientos. Es por ello que los **profesionales** del sector también se han visto obligados a actualizarse y convertirse al espacio 2.0.

Este **Mapa de la comunicación digital 2014** pretende ser una pequeña guía para ayudar a los profesionales en este proceso de renovación.



IDENTIFICA A TUS INFLUENCERS

01

Empieza a trabajar con los líderes de opinión verdaderamente relevantes para tu marca

73%

de los profesionales de la comunicación se relaciona con influencers online desde hace dos años o más

BUSCA CALIDAD, NO CANTIDAD

02

Un influencer debe reunir tres atributos según los profesionales de la comunicación: **eco**, **exposición** y **participación** sobre una temática concreta



Eco: capacidad para movilizar opiniones y generar reacciones sobre una temática



Exposición: potencial de audiencia del influencer



Participación: nivel de participación en la conversación sobre una temática específica

03

La pregunta no es cómo un influencer puede ayudarte, sino cómo puedes ayudarles tú a ellos.

DEDICA TU TIEMPO A SABER QUIÉNES SON, Y QUÉ NECESITAN



AGUDIZA TUS EMAILS... ¡Y TUS REDES SOCIALES!

04

66%

de los profesionales considera que el email es el mejor canal para contactar con influencers

57%

utilizan Twitter para interactuar con sus influencers

46%

de los periodistas reconocen utilizar Twitter para encontrar historias

05

Eso sí: personaliza tus mensajes (¡olvídate de los envíos masivos!)

70%

de los periodistas prefieren crear historias en colaboración con los RRPP

68%

de los periodistas solo quieren el "hecho" en la nota de prensa, no un análisis por parte de la empresa

Y DEJA A UN LADO TU OPINIÓN...

06

MIDE TUS ACCIONES

09

Recuerda medir todas tus acciones para resaltar el valor de tu equipo de comunicación

44%

de los profesionales la medición es su principal reto

Exclusivo Único
Revolucionario
Líder Innovador

TIPO DE PALABRAS QUE UN PERIODISTA ODI A EN LOS ASUNTOS DE UNA NOTA DE PRENSA

08

¡Huye de los adjetivos!

HABLA CON TUS INFLUENCERS

07

64%

de los periodistas piensa que tiene cierta importancia establecer una conexión personal con la empresa antes de escribir su historia

Versión online:
<http://bit.ly/mapa-comunicacion-digital>

www.augure.com/es
@AugureSpain
Facebook.com/AugureSpain

Fuentes:
Informe Augure sobre el estatus del Marketing de Influencers en 2014
Oriella PR Network Global Digital Journalism Study 2013
DISRUPTING THE PRESS RELEASE study - Greentarget
500 Writers & Editors Reveal What They Look for in a Pitch - FractL