

Un mensaje innovador, la clave del emprendedor para llegar a los medios

Gran parte de los emprendedores se queja de las dificultades encontradas para hacer llegar su información a los medios de comunicación. Uno de los errores más frecuentes es el envío masivo de notas de prensa sin ningún elemento noticiable, confundiendo a los periodistas con clientes. El marketing es el gran aliado en las ventas. La comunicación de medios, el aliado de la fidelización

Comunicación y Marketing Digital van de la mano, pero pertenecen a campos de trabajo distintos. Se tiende a confundir o a eliminar los límites entre ambos, pero hay que tener en cuenta que aunque trabajen a la par, son completamente diferentes. La Comunicación es el mecanismo a través del cual los emprendedores van a presentar su empresa en sociedad, por lo que es conveniente prestar especial atención a los detalles. Ana Sepúlveda, cofundadora de WILDCom, Agencia de Comunicación 360°, advierte que “los pequeños errores pueden hacer que tu mensaje no llegue a los medios. Una nota de prensa bien escrita, fotografías profesionales y la búsqueda incesante de la noticia, son elementos fundamentales a la hora de comunicar”.

Innovación, transparencia, autenticidad, personalización del mensaje a transmitir, son algunos aspectos que pueden catapultar a los medios de comunicación una startup consolidada. El ecosistema digital actual incentiva una hiperlocalización de los mensajes. Segmentar la información y dirigirla a los actores que se encuentren dando luz verde a contenidos que guarden relación con el producto o servicio que un emprendedor ofrece, es fundamental.

“Es responsabilidad de los emprendedores dedicar un tiempo estimado a fabricar una agenda con nombres y contactos que formen parte activa del panorama comunicativo actual y no subestimar la relación que puedan llegar a mantener con los medios. Hay que cuidarla y lograr que sea recíproca”, comenta Esther Molina, cofundadora de WILDCom.

Son algunas conclusiones de la segunda edición del taller ‘Claves de Comunicación’, celebrado el pasado jueves, 8 de febrero, en Impact Hub Madrid, coordinado por las propias periodistas Esther Molina y Ana Sepúlveda. Con la colaboración de Comunicae, portal líder de envío y distribución de notas de prensa y Malt, plataforma de contratación de referencia para freelances y empresas, los asistentes han podido adquirir los conocimientos necesarios para gestionar la comunicación externa de cara a los medios de comunicación de sus pymes, startups o proyectos emprendedores. El #TallerCDC ha contado charlas magistrales por parte de la periodista Esther Paniagua, especializada en ciencia, tecnología e innovación (El Mundo, Muy Interesante, El País), así como el empresario de éxito, SEO de personas, Cipri Quintas, autor de “El Libro del Networking”.

Para Esther Paniagua, se usan mucho palabras grandilocuentes a la hora de expresar lo que la mayoría de startups hacen. “Cuando se dice que se es pionero en hacer tal o cual cosa, a los periodistas estas coletillas nos pueden echar un poco para atrás. Otro error frecuente es el hecho de que se dirigen a nosotros sin saber qué perfil tenemos, para quién escribimos, sobre qué temas. Esto

tiene una repercusión en la aceptación de los temas propuestos porque no se adaptan a nuestros intereses.”

Cipri Quintas, además, incide en que se ha de trabajar para dejar legado. “Relacionarse con éxito, crear lazos de éxito, te va a hacer que la vida vaya mejor y por ende, los negocios. Hacer networking es hacer amigos. Los empresarios solo buscan una cosa: hacer negocios con buena gente.”

Más información: www.wildcom.es

Datos de contacto:

WILDCom

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Comunicación Marketing Emprendedores](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>