

Worldcom PR Group EMEA organizó su segunda reunión de jóvenes profesionales en Budapest

Marca personal, responsabilidad social corporativa y buenas prácticas en relaciones públicas fueron los temas principales de la agenda

Worldcom PR Group EMEA organizó su segunda reunión anual de jóvenes profesionales, donde durante tres días se impartió formación sobre temas relacionados con marca personal, responsabilidad social corporativa y buenas prácticas en relaciones públicas. El evento tuvo lugar en Budapest, del 12 al 14 de septiembre.

“Creemos firmemente que los jóvenes profesionales de relaciones públicas que trabajan en las agencias miembros de Worldcom PR Group EMEA tienen un gran potencial. Por este motivo, hace dos años iniciamos este programa”, dijo Andras R. Nagy, Director General de Probako Communications y responsable de Jóvenes Profesionales en el consejo regional de Worldcom PR Group EMEA.

“Queremos activar y motivar a los jóvenes talentos de la organización mediante actividades internacionales, como un concurso de vídeo y esta reunión anual. Invitamos a los jóvenes profesionales de RRPP de toda Europa a estos talleres para que reciban una formación breve, pero muy específica y a medida”, añadió Andras Nagy.

Profesionales con experiencia como el Dr. Peter Benjámin Tóth, Director de Comunicación de Artisjus, Oficina Húngara para Protección de los Derechos de Autor y la empresa de formación Menedzsmentor compartieron sus conocimientos con los jóvenes consultores.

Uno de los puntos claves de las reuniones fueron las tareas cotidianas. Cada año una organización, instituto o empresa conocidos plantean un briefing a los jóvenes profesionales, los cuales cuentan con medio día para redactar las ideas de la campaña. Este año la actividad la llevó a cabo NNG, una empresa proveedora líder en soluciones de navegación con sede central en Budapest.

“NNG opera en muchos mercados europeos e internacionales. Siempre es un reto actuar y comunicarse a nivel local con estos mercados, por lo que es una oportunidad única para nosotros poder ver cómo los profesionales europeos abordan nuestros problemas”, dijo Imre Dózsa. Jefe de Comunicación de Marca en NNG.

Andras Nagy considera que esta competición es una de las partes más interesantes del evento de tres días de duración. “El programa de jóvenes profesionales demuestra que estamos dispuestos a invertir en nuestros jóvenes talentos. Además de ofrecer a nuestra red una ventaja en el reclutamiento”, concluyó.

Las opiniones de la primera reunión, realizada el pasado año, eran alentadoras. Según Marina Caño Galindo, de la agencia LF Channel con sede central en Barcelona, la experiencia le ayudó a aprender cómo otros países trabajan en relaciones públicas. “Además aprendí que el trabajo en equipo es necesario y esencial para crear campañas de relaciones públicas”, dijo.

Y también fueron alentadoras las conclusiones de este año. Reetta Mikkola, de la agencia Medita Communication, de Finlandia, explicó: “El contenido del taller fue muy interesante y relevante para los jóvenes consultores de comunicación, y personalmente me dio muchos temas sobre los que reflexionar. Formar parte de esta actividad me dio más confianza en mis habilidades y pensamientos como consultora de comunicación”.

Acerca de Worldcom PR Group

Worldcom es la red mundial líder de agencias de relaciones públicas independientes, con 104 agencias partners en 92 ciudades y 43 países. Establecida en 1988, la red se formó con el objetivo de que las compañías de relaciones públicas más fuertes y capaces localmente pudieran atender a clientes internacionales y multinacionales, manteniendo la flexibilidad y el foco en el cliente propios de las agencias independientes. A través de Worldcom PR Group, los clientes pueden tener acceso a servicios de comunicación de calidad y a medida, por parte de profesionales con amplia experiencia y conocimiento del lenguaje, la cultura y las costumbres de las zonas geográficas donde operan. Visita www.worldcomgroup.com para más información.

Worldcom EMEA actualmente consiste en 36 agencias con una fuerte experiencia en consumo, cuidado de la salud, turismo & viajes, tecnología, energía y medioambiente, servicios financieros, relaciones de inversores, asuntos públicos y manejo de crisis. Los clientes incluyen Unilever, Johnson & Johnson, Panasonic, Sony Ericson, LG Electrónica, la Campaña Anti-Tobacco de EUA, Verbatim y Palm. Visita <http://www.worldcomprgroupemea.com> para más información.

En España Worldcom está representada por LF Channel y Grupo Albión.

Datos de contacto:

LF Channel

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

Categorías: [Marketing](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>