

Baltha Publishing publica un manual que resume secretos y consejos para triunfar como portavoz corporativo

? Ana Calleja, socia fundadora de Ziran, y Ana Bermejillo, ejecutiva de cuentas senior, sintetizan cómo deben prepararse, cómo pueden reaccionar, y en qué errores no deben caer quienes dan voz a marcas y empresas.

? El volumen se presenta con un prólogo de Vicerrector de Alumnos de la USP CEU, Ángel Bartolomé.

? La importancia de hablar con estrategia, las reglas de oro para comunicar con periodistas y en redes, o la comunicación no verbal son los contenidos de este nuevo libro

“El Portavoz Corporativo. Manual de Supervivencia”. Es el título del último volumen editado por Baltha en el que dos profesionales con amplia experiencia en el sector, Ana Calleja, socia fundadora de Ziran Comunicación, y Ana Bermejillo, ejecutiva de cuentas senior, desganan los consejos básicos y errores más típicos para aquellos que asumen la responsabilidad de dar voz a las marcas y empresas que gestionan o representan. Se trata, en suma, de un tutorial para obtener eficacia y éxito en las interlocuciones públicas de firmas, entidades, partidos, etc.

El volumen, que sintetiza las técnicas y “trucos” para convertirse en la mejor voz para una marca o empresa, se presenta con un prólogo del Vicerrector de Alumnos y profesor de Publicidad de la USP CEU, Ángel Bartolomé.

Desde cuestiones básicas, pero cruciales, como para qué sirven todavía hoy las relaciones públicas, o la necesidad de establecer una estrategia de comunicación consistente y coherentes las autoras (ambas con un currículum que abarca dos décadas de trabajo tanto en agencias de comunicación, como en medios de diverso formato y departamentos de comunicación de grandes firmas) se detienen en las cuestiones básicas de la formación y función del portavoz corporativo, desglosan infinidad de ejemplos (de aciertos y, sobre todo, de errores extraídos de casos prácticos) y se detienen en cuestiones como la comunicación no verbal, la estrategia de visibilidad y respuesta en redes sociales y la comunicación de crisis.

El texto, disponible en ebook y en edición impresa a través de Amazon, incluye una copiosa bibliografía y un apartado de recursos online y offline para profundizar en la formación de portavoces.

Ana Calleja: Licenciada en Publicidad y RR.PP. por la Universidad Complutense y con un posgrado en Comunicación Institucional de la Haagse Hogeschool TS Rijswijk, lleva más de 10 años trabajando en el campo de las relaciones públicas, anteriormente como directora de RRPP en THQ y Nobilis Iberia, y actualmente como socia cofundadora de Ziran Comunicación, consultora especializada en los sectores de ocio y tecnología. Por sus manos ha pasado la estrategia de comunicación de empresas como Callaghan, GAME, Gorila, Blizzard, Bethesda o Star Alliance, y ha impartido clases en el Master de

comunicación Tracor. Es autora del libro Pioneros del Marketing.

Ana Bermejillo: Con un doctorado internacional en Periodismo por la San Pablo CEU y beca Fulbright en New York University, tiene experiencia profesional tanto en medios (Efe, El Mundo, La Razón, Cope, revistas de Hachette Filipatchi) como en agencia, para clientes de turismo (NH Hoteles, Estoril, Cascais y Sintra), lujo (Panerai), e-commerce (Groupalia) y ahora, tecnología, gaming y lo que se da en llamar 'lifestyle'.

Ha sido profesora en universidades como la universidad CEU San Pablo y Syracuse University.

Autora de diversos volúmenes editados con Plataforma (El Ser Creativo, Nacidas el 8 de marzo, etc) y actualmente cuentista para Principia Kids

Datos de contacto:

Francisco Díaz
637730114

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

Categorías: [Educación](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>