[notasdeprensa.jpg](http://www.notasdeprensa.es)Publicado en Madrid el 22/07/2020

# [La comunicación corporativa dispara su protagonismo en la era del Covid 19, según Avance Comunicación](http://www.notasdeprensa.es)

## Durante el estado de alarma la comunicación corporativa alcanzó altas cuotas de protagonismo en la estrategia de las marcas y estuvo especialmente vinculada con las acciones de RSC. En la 'nueva normalidad' las marcas siguen buscando alcanzar a sus públicos con contenido de valor

La comunicación corporativa se ha posicionado como una herramienta fundamental de las marcas para mantener la visibilidad ante sus públicos, en estos meses marcados por la pandemia del coronavirus. Una vez finalizada la etapa del estado de alarma, en la que la responsabilidad social corporativa y la acción solidaria fueron las grandes protagonistas, la llamada and #39;nueva normalidad and #39; sigue caracterizada por el papel primordial de la comunicación en la estrategia de marca de las compañías. Según Noelia Perlacia, Socia y DIRCOM de la agencia Avance Comunicación: "En esta nueva fase que hemos iniciado tras el confinamiento, la intensidad de la comunicación corporativa ha regresado al nivel de actividad habitual anterior a la crisis. Durante el estado de alarma la presión informativa fue muy fuerte y, a pesar de la normalización, las marcas siguen vinculando la comunicación a la situación excepcional que seguimos viviendo. Los protagonistas siguen siendo la ‘emotividad’, la ‘solidaridad’ y, especialmente, la ‘utilidad’ social y económica". Desde la agencia Avance Comunicación se describen algunas pautas para generar contenido de interés, que aporte visibilidad, notoriedad y asocie valores a las marcas y los negocios, en función de su sector de actividad y el público al que se dirigen. La investigación como base de la comunicaciónInvestigar y analizar la situación en cada sector es fundamental para sentar los cimientos de la estrategia de comunicación corporativa. Cada sector de actividad tiene sus particularidades y, por ello, es necesario estar al tanto de su actualidad en general y de la competencia en particular, para poder tomar decisiones adecuadas sobre las acciones de comunicación corporativa, de manera que sean coherentes. Recomendaciones para generar contenido de valorAl margen de la información del día a día sobre el negocio, resultados, acuerdos, etc. Las marcas deben ser capaces de crear contenido de valor, que atraiga el interés de sus públicos. Según los responsables de Avance Comunicación, hay diversas herramientas que ayudan a crear y difundir dichos contenidos: - Estudios y encuestas. La recopilación y análisis de datos sobre determinados aspectos relevantes del sector o la actividad de la marca, pueden ayudar a generar conclusiones y contenidos de gran valor, si dichos estudios están bien enfocados y desarrollados. - Eventos. Una gran fuente de creación de contenido son los eventos corporativos (premios, jornadas informativas, puertas abiertas, visitas oficiales, etc.) En esta etapa de restricciones debido a la pandemia, los eventos digitales han tomado todo el protagonismo. Congresos online, webinars, mesas redondas virtuales, ruedas de prensa digitales… son la nueva tendencia en eventos corporativos. - Envío de muestras o prueba de servicios. El envío de muestras de producto o la posibilidad de probar los servicios de la marca, siempre que sea posible, es una excelente forma de conectar y despertar el interés de los medios de comunicación claves. Para ello es necesario realizar una exhaustiva selección de los periodistas más apropiados y un diseño estratégico de dicho envío, invitación, etc. - Acciones de RSC. Las acciones solidarias y la responsabilidad social corporativa siguen en pleno auge. Los momentos más crudos de la crisis sanitaria y el confinamiento han dado paso a la crisis económica, en la que la acción social por parte de las marcas es especialmente bien valorada e importante para sus públicos.

**Datos de contacto:**

Noelia Perlacia

915191005

Nota de prensa publicada en: [https://www.notasdeprensa.es/la-comunicacion-corporativa-dispara-su](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorias: Finanzas Comunicación Marketing Sociedad Recursos humanos

[notasdeprensa.jpg](http://www.notasdeprensa.es)

[**http://www.notasdeprensa.es**](http://www.notasdeprensa.es)