



Mi Universidad

Súper Nota.

Nombre del Alumno: Siomara Grisel Vázquez Gómez.

Nombre del tema: La Empresa y las Relaciones Públicas.

Parcial: 3

Nombre de la Materia: Relaciones Públicas.

Nombre del profesor: Luis Eduardo López Morales.

Nombre de la Licenciatura: Administración y Estrategia de Negocios.

Séptimo Cuatrimestre.

Comitán de Domínguez, Chiapas, 2 de noviembre del 2024.

RELACIONES PÚBLICAS.



LA EMPRESA Y LAS RELACIONES PÚBLICAS.

ELABORADO POR: SIOMARA GRISEL VÁZQUEZ GÓMEZ.



3.6 ¿POR QUÉ CONTRATAR UNA AGENCIA DE RRPP?

Una empresa necesita vender, ese es uno de sus principales objetivos. Para ello, sus posibles clientes deben conocer qué hace dicha empresa. Cuáles son sus servicios y sus productos. Y la opinión de sus clientes debe ser buena, para que la empresa se desarrolle positivamente.



1. CONTRATAR UN EQUIPO DE PROFESIONALES.

Dentro de una agencia habrá personas especializadas en diferentes campos. Esto hará que el objetivo final se alcance mucho más fácilmente mediante el consenso entre todos los especialistas.



2. COSTE PERSONALIZADO.

No es necesario contratar un servicio general en una agencia de comunicación. Puedes contratar diferentes servicios seleccionados. En función de lo que la empresa necesite, necesitarás más o menos inversión.



3. CONTACTOS DE UNA AGENCIA.

Una agencia de comunicación tiene contactos en cada sector. Con alguien que sabe a quién tiene que dirigirse para promocionar tu producto, todo será mucho más fácil.



4. CREAR UNA ESTRATEGIA DE RED SOCIAL.

Es fundamental gestionar bien las redes sociales de una empresa (enlace a la guía). Hay que ser activos, y se debe seguir una estrategia para cada red social. La planificación y monitorización en este aspecto es fundamental.





5. GABINETE DE PRENSA.

La agencia se encargará de la difusión de noticias de la empresa en todo tipo de prensa. Gracias a los contactos de la propia agencia el proceso será más fácil. Dentro de este campo contaremos con la realización de notas de prensa, entrevistas o reportajes.



6. ESTRATEGIAS DE MARKETING DE CONTENIDOS.

Es una parte fundamental para el crecimiento de una empresa. Todo el mundo quiere vender, por eso, si solo emitimos contenido puramente comercial, nuestro mensaje resultará menos interesante, y resultaremos menos atractivos.



7. PUEDES DELEGAR EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS.

Expertos en organizar todo tipo de eventos: comidas de empresa, presentaciones de productos, conferencias, etc. Explicando nuestros objetivos, y definiendo un presupuesto, la agencia puede ocuparse de todo: lugar, formato, invitados.



8. MEDICIÓN DE ESTADÍSTICAS Y RESULTADOS.

Estudian si está funcionando dicha estrategia, y cuales están siendo los resultados, analizando las estadísticas disponibles.



9. APORTARÁN OBJETIVIDAD

La agencia podrá apreciar cosas de las que la empresa, centrada en su día a día, no se da cuenta. Esto puede llevar a mejoras en diferentes aspectos de la empresa.



10. CREAR TU MARCA PERSONAL CON VALOR Y CONTENIDO PROPIO.

Gracias a la gestión de la comunicación de tu empresa, creas una marca personal. La marca sería lo que los demás piensan de ti, cuál es tu imagen.

