

Portada de PR

28 de agosto de 2007

PRCOMUNICACIÓN

Contacta con esta sección



PR Secciones

- PRNoticias
- PRCatalunya
- PRComunicacion
- PRMarbella
- PRMarketing y Publicidad
- PRMadrid
- PRLatam
- PRJornadas

Secciones SALUD

- PRSalud
- PRPacientes
- PRFarmacia

Secciones SEGUROS

- PRSeguros
- PREducación Vial



OFERTAS DE EMPLEO

OFERTAS DE EMPLEO

- Senior Account Executive y Account Executive
- Consultor
- Ejecutivo de cuentas y

NOTICIAS (PRComunicación)

TEMAS PR: Aumenta el número de empresas que deciden crear su espacio en la Red
Blogs, nuevo vínculo entre agencias de comunicación e internautas
 28/08/2007 14:25:28

Enviar Imprimir

Todo apunta a que la 'fiebre' de los blogs corporativos se ha instalado en el sector de las agencias de comunicación. Así es el caso del nuevo espacio en la Red de Atrium Media que, en menos de un mes desde su nacimiento, ha conseguido situarse en la primera página de los buscadores. A través de esta iniciativa, cada vez son más las empresas que se atreven a salir de las paredes de su oficina para iniciar sus contactos con el resto del mundo. Bajos costes y facilidad de creación son algunas de las ventajas que están convirtiendo a este medio en uno de los más extensos de Internet.

Con el objetivo de encontrar una nueva 'vía de comunicación', la agencia de Comunicación **Atrium Media** ha decidido lanzar a la Red su primer blog corporativo. Este nuevo espacio, que cuenta con análisis semanales de los principales asuntos de la actualidad de los *mass media*, además de información sobre la profesión periodística y empresarial, se ha convertido, en tan solo unos días, en uno de los espacios más visitados del sector.

El espacio <http://atriummedia.blogspot.com> permite que cualquier internauta pueda participar de forma interactiva, expresando su opinión sobre cada post que se publique. Una iniciativa que, sin duda, permite 'abrir las puertas' de las agencias de Comunicación a un público que cada vez se muestra más interesado por este tipo de espacios en la Red. Según asegura **Manuel Carrillo**, Director de Comunicación de **Atrium Media**, 'El canal BLOG es, sin lugar a dudar, la herramienta perfecta para estimular la comunicación interna, e impulsa de forma notable la comunicación externa de pymes y multinacionales'.

Según un estudio publicado por el **IESE**, en el que analiza 100 blogs corporativos: 25 de empresas españolas, 25 de empresas europeas no españolas, y 50 de Estados Unidos, titulado, 'Los blogs corporativos: una opción, no una obligación', estas herramientas de comunicación corporativa permiten una interactividad con los públicos no invasiva. Esta interactividad, asimismo, permite

LOS MEJORES DE PR

Llorente & Cuenca, mejor agencia 2006

ADIVINA, ADIVINANZA

Va de jazz
EL SEGADOR

informar comunicando

PRBLOGS

- COMUNICAR EN ESPAÑA**
- CLAUDIO BRAVO**
- JORGE LÓPEZ**



• Senior Account Executive y Account Executive
• Consultor
• Ejecutivo de cuentas y medios

← HERRAMIENTAS

← AGENCIAS RECOMENDADAS

CONSULTING & MANAGEMENT

C&IC COMUNICACIÓN

FLY ME TO THE MOON

GRUPO INFORPRESS

LEWIS PR

LLORENTE & CUENCA

MARCO DE COMUNICACIÓN

SILVIA ALBERT

TINKLE

ASOCIACIONES

- Dircom
- Club de la Comunicación
- Adecec
- Progreso de la Comunicación
- Usuarios Comunicación
- Asociación Española de Titulados y Profesionales de la Comunicación
- ANIGP-TV
- ATEA

← FESTIVALES

según un estudio publicado por el **IESE**, en el que analiza 100 blogs corporativos: 25 de empresas españolas, 25 de empresas europeas no españolas, y 50 de Estados Unidos, titulado, 'Los blogs corporativos: una opción, no una obligación', estas herramientas de comunicación corporativa permiten una interactividad con los públicos no invasiva. Esta interactividad, asimismo, permite mejorar el posicionamiento de las empresas en buscadores como **Google**, un hecho que podría servir, por lo tanto, de vínculo publicitario entre empresas y su público potencial.

De esta manera, una herramienta que, en un principio, comenzó siendo personal ha pasado a convertirse en uno de los principales medios de comunicación corporativa de hoy en día. Sin embargo, esta práctica, no está del todo extendida, a nivel empresarial, en el panorama español. Según un estudio publicado este año por **Lewis PR**, con un 5,5%, la zona del Pacífico Asiático muestra un mayor interés por estos espacios en la Red que Europa, donde tan sólo interesaba a un 2,5% de las empresas entrevistadas. A la cabeza, sin duda, se sitúan las empresas americanas que, en los 10 años de nacimiento del 'Mundo Blog', han conseguido estar presente en un 14%.

Sin embargo, a pesar de que estos datos no son aún muy 'atractivos', especialmente en el panorama español, varias empresas son ya las que este año han demostrado tener la intención de convertir sus blogs en espacios de referencia en la Red y parece que, por el momento, no les está funcionando mal. Un hecho que hace pensar que, probablemente, en un breve periodo de tiempo, los datos que, no dejan en muy buen lugar a los países europeos, en función del uso de sus Blogs, puedan verse modificados por la nueva política de comunicación que, durante los últimos meses, se está poniendo de moda en numerosas empresas.

Seguiremos Informando...

ESPAÑA

CLAUDIO BRAVO

JORGE LÓPEZ

OCTAVIO ROJAS

← TRIBUNA

CARLOS DÍAZ GÜELL
PRENSA Y PODER

ALBERTO OLIVEIRA
¿JUGAR PARA GANAR O JUGAR PARA NO PERDER?

J. ALBERTO MARIÑAS
LUZ DE ALARMA EN LA COMUNICACIÓN INTERNA

CHEMA RODRÍGUEZ FAJARDO
Comunicación en tiempos de Opas

LUCÍA CASANUEVA
'Money Honey' mató al mensajero

ARTURO ZUBIAGA
La Responsabilidad Social de la Empresa ante la deslocalización

MIGUEL BENAVENT DE BARBERÁ
Una visión personal e incómoda de la Comunicación...

CHARO GÓMEZ
Que no te cuelen un



MANUEL CARRILLO

DIRECTOR GENERAL DE ATRIUM MEDIA, EMPRESA DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

“Ser pequeño obliga a ser creativo, a ofrecer siempre algo nuevo”

Madrid. Entre las necesidades del mundo empresarial destaca en este momento la comunicación; una forma de darse a conocer en el mercado, pero también una herramienta que mejora su propio funcionamiento interno.

Varios periodistas vieron en esta demanda una posibilidad de negocio y se lanzaron a crear su agencia de comunicación, especializándose en el sector de la logística, un ámbito emergente y con grandes posibilidades.

Atrium Media se extiende en tres divisiones: comunicación interna y externa, reportajes a la carta y organización de congresos. Su director general, Manuel Carrillo, comenta que parten de la certeza de que a las grandes empresas de comuni-

cación se les puede hacer frente con imaginación y creatividad. “Al ser una empresa de menor tamaño tenemos mayor capacidad de reacción y trabajamos de una manera más rápida”, apunta.

Esta forma de trabajo esperan que sirva para que los empresarios vean la comunicación como una necesidad permanente y no como una solución en situaciones de crisis. Manuel Carrillo sostiene que una entrevista a un director general o un buen reportaje sobre su actividad es más efectiva, en términos de comunicación, que una campaña publicitaria. “Esto - puntualiza - no significa que no haya que invertir en publicidad, sino que la publicidad no es la única vía para proyectar una buena ima-