

Banner da portada

Inicio>Temas empresariais>Comunicación e publicidade



Comunicación e publicidade

A **comunicación empresarial** é a pedra angular sobre a que se asentan todas as ramas da vida publicitaria dunha empresa que desexe crear un berce axeitado de cara ao exterior.

As sucesivas **campañas de comunicación e publicidade** deben ir da man dunha comunicación comercial onde a brúxula de viaxe sexa a actualización e a xestión correcta da información sexa a folla de ruta a seguir. O trato ás novas da empresas cun marcado carácter innovador é o derradeiro paso a saída da nova ao público.

Na **autoestrada da información dixital** e os negocios na que se converteu a rede, as empresas galegas atoparán en **GaliciaPMS** a chave que abrirá as portas ás chamadas sen contestación das firmas e emprendedores galegos que buscan un horizonte sen barreiras globalizadoras que freen a súa expansión empresarial.

As vías de comunicación son innumerables. O igual que o transporte de pasaxeiros precisa de automóbiles, barcos e avións a comunicación comercial abarca á prensa, a radio, a televisión e, sobor de todo, á Internet coma os vehículos de expansión de novas máis efectivos a hora de transmitir unha mensaxe a un determinado grupo de compradores potenciais.

O portal **Galiciapms** dache a oportunidade, pioneira en moitos aspectos, de crear un **espazo dixital** onde amosarlle ao gran público cales son os mellores avais comerciais da túa empresa e porque debe confiar no proxecto amosado. **GaliciaPMS** é o transporte de comunicación dixital máis eficaz.

¡Merca a túa pasaxe!

■ As vantaxes da publicidade en Internet

A elaboración de plans de comunicación específicos e publicidade na Rede comeza a gañar a batalla á tradicional publicidade en televisión, radio ou prensa.

Esta tendencia estase a consolidar nos últimos anos pola **fragmentación da audiencia**, a necesidade de ofrecer **produtos e servizos personalizados** e sobretodo acadar a **fidelización dos usuarios**.

Hai varias diferenzas importantes que aporta Internet con respecto á publicidade máis tradicional:

■ Custe

Elaborar un plan de comunicación ou publicitarse en Internet é moito máis barato que a publicidade na televisión, radio ou prensa.

■ Personalización

As campañas publicitarias en Internet pódense dirixir especificamente ao **público obxectivo (target)** para dar a coñecer unha empresa ou promocionar un produto.

Ademais de crear publicidade en medios especializados no noso ámbito de actuación é posible crear publicidade nos buscadores que só visibilicen os usuarios que accedan por uns conceptos concretos de busca que nós previamente especificamos.

(*por exemplo: Quero que o meu anuncio dunha hélice para barcos só apareza cando os internautas busquen información polas palabras "barcos de recreo"*).

■ Internacionalización

Facer publicidade en Internet abre moitas fiestras para dirixirse a un público a nivel global. Calquer persoa pode acceder a unha web concreta dende calquer parte do mundo.

Un bo posicionamento nos buscadores permite que persoas de países ben diferentes visibilicen a información da túa empresa.

En Galicia contamos coa plataforma dixital **byGalicia** especializada en fomentar o comercio a nivel mundial das empresas galegas ofrecendo unha serie de **servizos gratuítos** como:

- Escaparate web de empresas e produtos
- Taboleiros de anuncios de ofertas e demandas
- Taboleiros de anuncios de oportunidades de investimento
- Servizo de asesoramento de expertos gratuito
- Foros
- ...

■ Interacción

Na publicidade na Rede o cliente sempre sente a posibilidade de pórse ao momento en contacto coa organización que

publicita un servizo ou produto.

Do mesmo xeito, a chegada da **Web 2.0** permitiu crear **redes sociais on-line** onde son os propios usuarios os que crean os contidos, valoran novos produtos, indican intereses, ofrecen suxerencias...

■ Seguimento da audiencia e control de impacto

Un dos principais problemas das campañas publicitarias era valorar ata que punto tiñan impacto nos clientes (*Como valorar se un anuncio na radio cumpre os obxectivos que nos marcamos?*).

Internet ofrécenos pola contra datos estadísticos moi específicos como o número de usuarios que consultan a publicidade, tramos horarios, por que conceptos acceden, dende que países e un longo etc de información específica.

Esta información permítenos perfilar os plan de comunicación e publicidade constantemente.

Unha ferramenta moi interesante en relación ao seguimento da audiencia é [Google Analytics](#).