TEXTOS: CELINA PEPER.
DIRECTORA DIVISION PRENSA & RR.PP. CICMAS STRATEGY GROUP

# PRENSA **MEDIBLE**

**La alta competencia que se experimenta en los mercados exige una clara diferenciación para lograr un posicionamiento marcario exitoso y sostenible en el tiempo.** Dentro de toda gestión de prensa el desafío que siempre se presenta es la medición y evaluación de los resultados de la misma, para determinar su eficacia. La consultora CICMAS presenta aquí su herramienta de medición.

**DENTRO DE TODA** gestión de comunicaciones de prensa el gran escollo que siempre se presenta es cómo poder "medir"y evaluar los resultados de una gestión de prensa para saber si la herramienta es útil.

**EN CICMAS** concebimos a la gestión de prensa como estratégica y por ello, lanzamos recientemente el producto Media Perception Audit®, una herramienta ad-hoc, desarrollada por las divisiones de Prensa & RR.PP y Research.

**SE TRATA DE** una propuesta superadora en el mercado -la primera en su tipo- que evalúa cómo comunica una empresa o marca y con qué nivel de efectividad, a través de un profundo análisis de contenido, cualitativo y semiótico, y así detectar el posicionamiento de la marca según la imagen proyectada por los medios.

**AL LANZAR ESTA** nueva propuesta ajustada a los desafíos de un mercado cada vez más complejo y exigente, la División de Prensa & RR.PP. ofrece un servicio que brinda la posibilidad de pensar la gestión de prensa en términos de posicionamiento, más allá de la mera repercusión mediática.

**ACTUALMENTE EN** el mercado existen distintas alternativas para llevar adelante esta medición. Por un lado, se ofrecen valoraciones cuantitativas con algún aporte cualitativo desde la clasificación de las noticias como positiva, negativa o neutra. Por otro lado, otro parámetro existente es la medición según el "valor publicitario" que compara los cms publicados en las notas de prensa contra la tarifa de cada medio y así, se obtiene algún número que represente lo que una empresa se ahorraría a través de una gestión de prensa. En definitiva, también este análisis requiere de una mayor profundización ya que contrasta ítems diferentes.

**EN CICMAS** consideramos que hay que mejorar esos paradigmas de evaluación porque no son integrales ya que miden sólo una parte de lo reflejado por los medios. Para ello, creamos el Media Perception Audit® que permite auditar el posicionamiento de las marcas/empresas según la imagen proyectada por los medios a partir de un análisis del discurso.

**A PARTIR DE** estos resultados arrojados desde el análisis cualitativo y semiótico, es posible adelantar tendencias, establecer líneas de acción y recomendar estrategias de comunicación efectivas como así también detectar posibles desvíos respecto del plan de comunicación de la empresa u organización.

**LA GESTION** de prensa debe ser considerada como una herramienta necesaria y que suma valor a la marca porque es una vía más de posicionamiento y el Media Perception Audit® permite analizar exhaustivamente el contenido vertido en los medios de comunicación, y esto es clave, porque la información difundida por los medios es parte fundamental en el proceso de construcción de imagen pública.