



Erasmus+

Project funded by: **Erasmus+ / Key Action 2 - Cooperation for innovation and the exchange of good practices, Knowledge Alliances.**

1. Plantilla

Topic The New Media Environment Lesson 3

Amplificadores de marca

Introducción

En esta lección, aprenderemos dos formas importantes de amplificar su marca.

Objetivos

1. Aprender sobre las relaciones públicas y la publicidad
2. Aprende sobre WoM

Relaciones Públicas y Publicidad

Las relaciones públicas y la publicidad están diseñadas para promover o proteger la imagen de una empresa o sus productos individuales (Keller, 2013).

La publicidad es la comunicación no personal, como los comunicados de prensa, las entrevistas con los medios de comunicación, las conferencias de prensa, los artículos de fondo, los boletines informativos, las fotografías, las películas y las cintas (Keller, 2013).

Las relaciones públicas también pueden incluir los informes anuales, la recaudación de fondos y las campañas de afiliación, el cabildeo, la gestión de eventos especiales y los asuntos públicos (Keller, 2013). Las relaciones públicas deben ser una parte rutinaria de cualquier comunicación de marketing y son inestimables durante una crisis de marketing.



Fuente: Pexels

Cuando los usuarios comparten lo que les gusta, lo que no les gusta y sus experiencias con una determinada marca, el boca a boca es fundamental para construir una marca. El poder del boca a boca es la credibilidad y relevancia que

aporta (Keller, 2013). Si un programa de marketing se crea de forma correcta y se proporciona a los clientes un producto o servicio que supere sus expectativas, lo compartirán entre ellos. De este modo, se potencia el efecto de todas las actividades de marketing que se llevan a cabo.

Conclusiones

Estos dos amplificadores son cosas útiles que hay que tener en cuenta en la estrategia.