

Librería
Bonilla y Asociados
desde 1950



Título:

Autor:

Precio: \$390.00

Editorial:

Año: 2007

Tema:

Edición: 2ª

Sinopsis

ISBN: 9788473564939

¿Por qué el 3 funciona mucho mejor que el 4 en comunicación? ¿Cómo puede "el puente" ayudar a los portavoces a mantenerse en su mensaje durante una entrevista? ¿Qué piden los periodistas a las organizaciones sociales, empresariales y políticas? ¿Por qué es mucho más importante la estrategia que las tácticas en comunicación? La segunda edición de Los cien errores de la Comunicación de las organizaciones responde a decenas de preguntas como estas.

En un recorrido muy ameno y muy práctico por las áreas más importantes de la comunicación corporativa, Los cien errores... va desgranando las mejores prácticas en la disciplina, con un ejemplo o un caso casi en cada párrafo.

El libro aborda los errores más frecuentes - y las prácticas adecuadas para evitarlos - en nueve apartados: sobre las relaciones con los medios (cómo hacer las mejores notas de prensa, ocupar espacio en los informativos de televisión o no decir nada inadecuado en una rueda de prensa, por ejemplo); en comunicación de crisis (qué decir y qué hacer en los primeros minutos, cómo preparar los procedimientos...); en relaciones con los inversores; en las acciones de lobbying (qué esperan en este caso los políticos, cómo aplicar eficaces campañas de grassroots o de base...); al organizar eventos y en el protocolo (los detalles que hay que controlar, la forma de lograr la máxima eficacia...); para la comunicación interna; en la investigación y la evaluación de la comunicación; y en la oratoria y la telegenia (trucos y consejos para lograr el corte perfecto, o un recordatorio de las míticas tácticas de la retórica...).

El libro se cierra con un apartado sobre los errores peores, que son los llamados "errores estratégicos", que no estaba en la primera edición y que apunta porqué no hay más remedio que asumir la Responsabilidad Social Corporativa, la importancia de la estrategia frente a las tácticas, y otras tendencias de la comunicación contemporánea.

Los responsables de comunicación de las tres empresas más importantes de España han elogiado el libro. Luis Abril, de Telefónica, aconseja "leerlo para manejarse con soltura en comunicación corporativa". Jaime Giró, de RepsolYPF destaca "el ingenio, la claridad, el atractivo y la

Librería
Bonilla y Asociados
desde 1950



concisión del texto". Angel de Barutell, de El Corte Inglés, afirma que en el libro se definen las mejores prácticas "perfectamente". Como señala también Borja Puig de la Bellacasa, presidente de DirCom, el libro sintetiza "los años de experiencia de los autores con mucha claridad".

Los autores son dos de los más reconocidos profesionales de la comunicación corporativa en España, Magali Yus es responsable de comunicación de moda y belleza en El Corte Inglés y Luis Arroyo es desde 2004 director del Gabinete del secretario de Estado de Comunicación del Ministerio de Presidencia. Los dos autores son profesores universitarios y conferenciantes habituales.