

EKM Broadcasting: "Si no comunicas, otro, tu competencia, lo hará por tí"

Una buena estrategia empresarial, en tiempos de crisis, pasa por una gestión eficaz en comunicación y capacidad de resiliencia. La Comunicación ha de entenderse siempre como una inversión, nunca como gasto; un intangible que fortalece la Marca, imagen, personalidad, posicionamiento y reputación. Informa EKMB

En tiempos complicados, como los que se están viviendo por el COVID-19, la comunicación es una herramienta imprescindible para afrontar y reorientar con cordura esta encrucijada proyectando nuevas oportunidades, nuevos retos para que no decaiga la marca y la reputación. Saber invertir de forma coherente en una buena estrategia de comunicación, reportará beneficios a la empresa y a la marca; si bien, es necesario coraje, compromiso y capacidad para entender que la Comunicación forma parte inherente de la estrategia empresarial. A este respecto, manifiesta Francisco Trejo, CEO de EKM Broadcasting, "en un entorno de crisis, las empresas no deberían pensar en la recesión, ni asustar a los consumidores, que son los que demandan y compran sus productos, y quienes también necesitan mensajes directos. En ese contexto, resulta ineludible una gestión eficaz en comunicación que transmita transparencia, claridad, veracidad y confianza a los stakeholders".

Más que cortar o suprimir en comunicación durante una crisis habría que reorientarla y reenfoclarla, estos periodos han de convertirse en tiempos de oportunidad para seguir apostando y transmitiendo informaciones corporativas y mensajes de los productos o servicios de la empresa. Uno de los desafíos al que deben hacer frente las empresas, en tiempos de crisis, es seguir incentivando a los usuarios para que sigan adquiriendo los servicios o productos.

Las empresas, en sus estrategias de comunicación durante una crisis, deben apostar por fortalecer su valor a largo plazo. La comunicación es una herramienta garante de generar personalidad, identidad propia a la empresa y liderazgo de mercado siempre coligado a la imagen de marca. La comunicación ha de entenderse siempre como una inversión, nunca como gasto; un intangible que fortalece la Marca, imagen, personalidad, posicionamiento y reputación. Haciendo extensivas las palabras de Henry Ford a este sector "Quien deja de invertir en comunicación para ahorrar dinero, es como si parara el reloj para ahorrar en tiempo".

En definitiva, si se cortan las inversiones en comunicación, la empresa se vuelve invisible, inoperante, e incapaz de dar una respuesta alternativa desde y al sector empresarial. Una empresa es lo que comunica. Si no se comunica, habrá otras partes interesadas y/o competencia que si lo hagan y aprovechen el momento y la oportunidad de situarse a la vanguardia. En definitiva, sentencia Trejo :“Si tú no comunicas, otros lo harán por tí”.

En Ke Medio Broadcasting

Agencia de comunicación especializada en Comunicación Corporativa, Publicidad, Diseño Gráfico y Producción Audiovisual. Da respuesta a las necesidades de comunicación a sus clientes, trabajando y colaborando con ellos en la elaboración y definición de sus estrategias de comunicación, diseñando y

desarrollando los soportes y medios más adecuados para llegar a su público, generar visibilidad y marca siempre bajo el prisma del compromiso, la calidad, la eficacia, cercanía, colaboración, flexibilidad, el trabajo bien hecho, el talento y la creatividad. Sus principales servicios son: Planes de Comunicación offline/online, Redacción y envíos de Notas de Prensa, Organización de ruedas de prensa, Comunicados de prensa y Convocatorias a medios, Dossier de Prensa, Clipping de Prensa, Generación y Gestión de Contenidos, Compra de Publicidad, Gestión y planificación de entrevistas, Diseño Gráfico.

Datos de contacto:

En Ke Medio Broadcasting
912792470

Nota de prensa publicada en: [Madrid.- EKMB](#)

Categorías: [Nacional](#) [Franquicias](#) [Comunicación](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#) [Otras Industrias](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>