

Blackwell[®]

TUTORIAL

¿CÓMO GENERAR MAYOR VALOR DE NEGOCIO CON LA VALIDACIÓN A TRAVÉS DE MEDIOS NACIONALES?

LO QUE NO SE COMUNICA, NO EXISTE.

I. PÁGINA WEB

Principal sitio de consulta para clientes o competencia.

Compartir la referencia del statement que el medio hizo de nuestra marca, acompañado del logo del medio de comunicación, de esta forma validamos que un referente nacional nos posiciona como líderes en el sector y fortalecemos nuestras operaciones.

“
Blackwell es la firma especializada en el incremento de ventas a través del Social Proof.”

 **EL ECONOMISTA**

Torre Corporativo Antara 1, Miguel Hidalgo, 11520, CDMX.

Blackwell

[Inicio](#)

[Nosotros](#)

[Servicios](#)

[Prensa](#)

[Contáctanos](#)

[ESP](#) [ENG](#)

[in](#) [yt](#)

Blackwell

“Es la firma especializada en el incremento de ventas a través del PR en medios de comunicación”

 **EL FINANCIERO**

Historia

Para proteger y crecer sus ventas, las grandes empresas y sus líderes necesitan siempre cuidar su imagen en los medios de comunicación. Sin embargo, la industria de los medios es compleja de navegar, con grandes barreras de entrada y con riesgos asociados a la naturaleza de su operación.

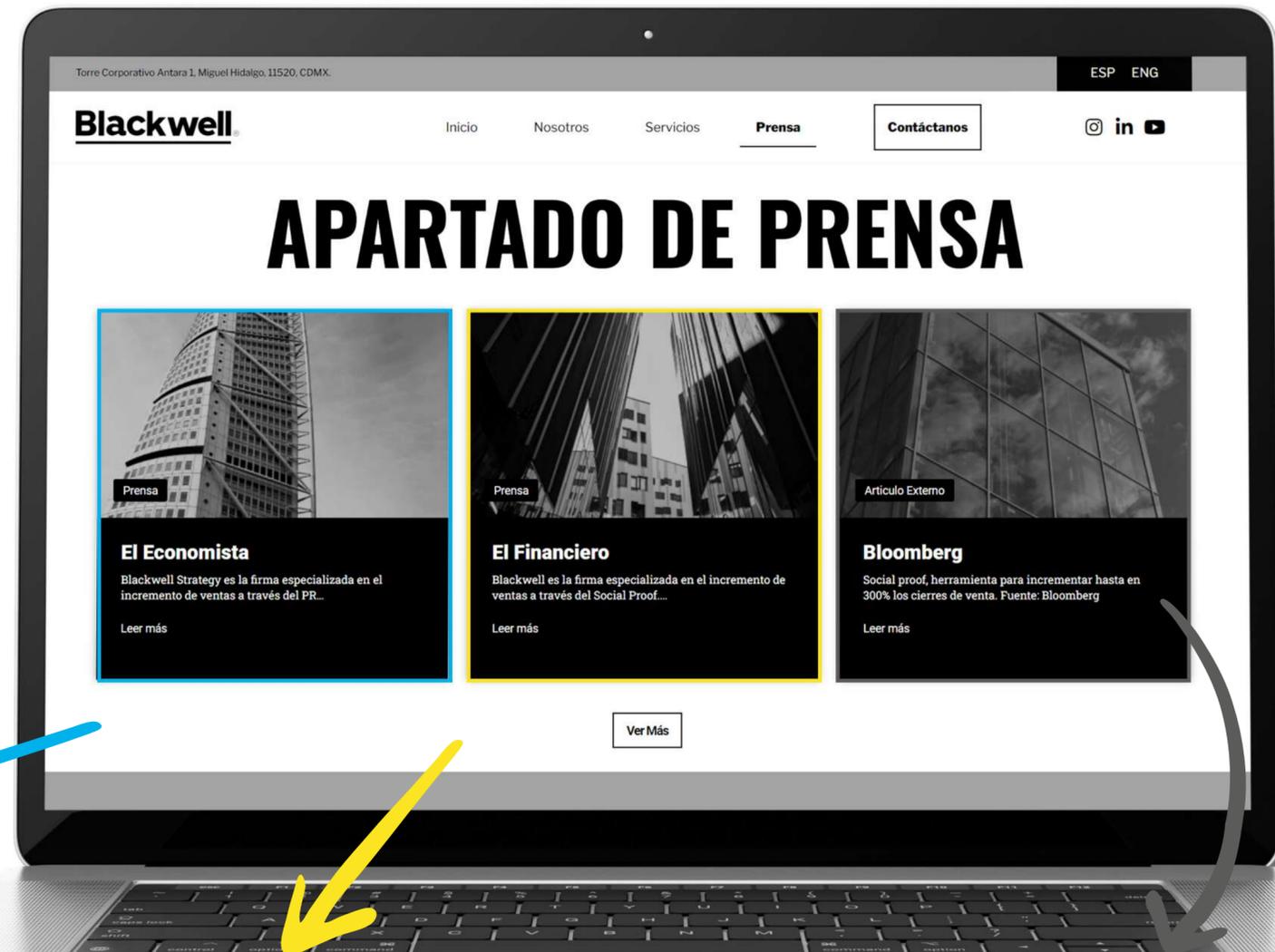
Es por eso que en 2010 **Blackwell® Strategy** nace para ser el puente estratégico entre las mejores corporaciones y los medios más importantes de comunicación, brindando el mejor servicio del mercado, una experiencia predecible y una velocidad de respuesta inigualable.

II. APARTADO DE PRENSA

Dentro de la página web, debemos crear un apartado de “Prensa” o “Comunicación”.

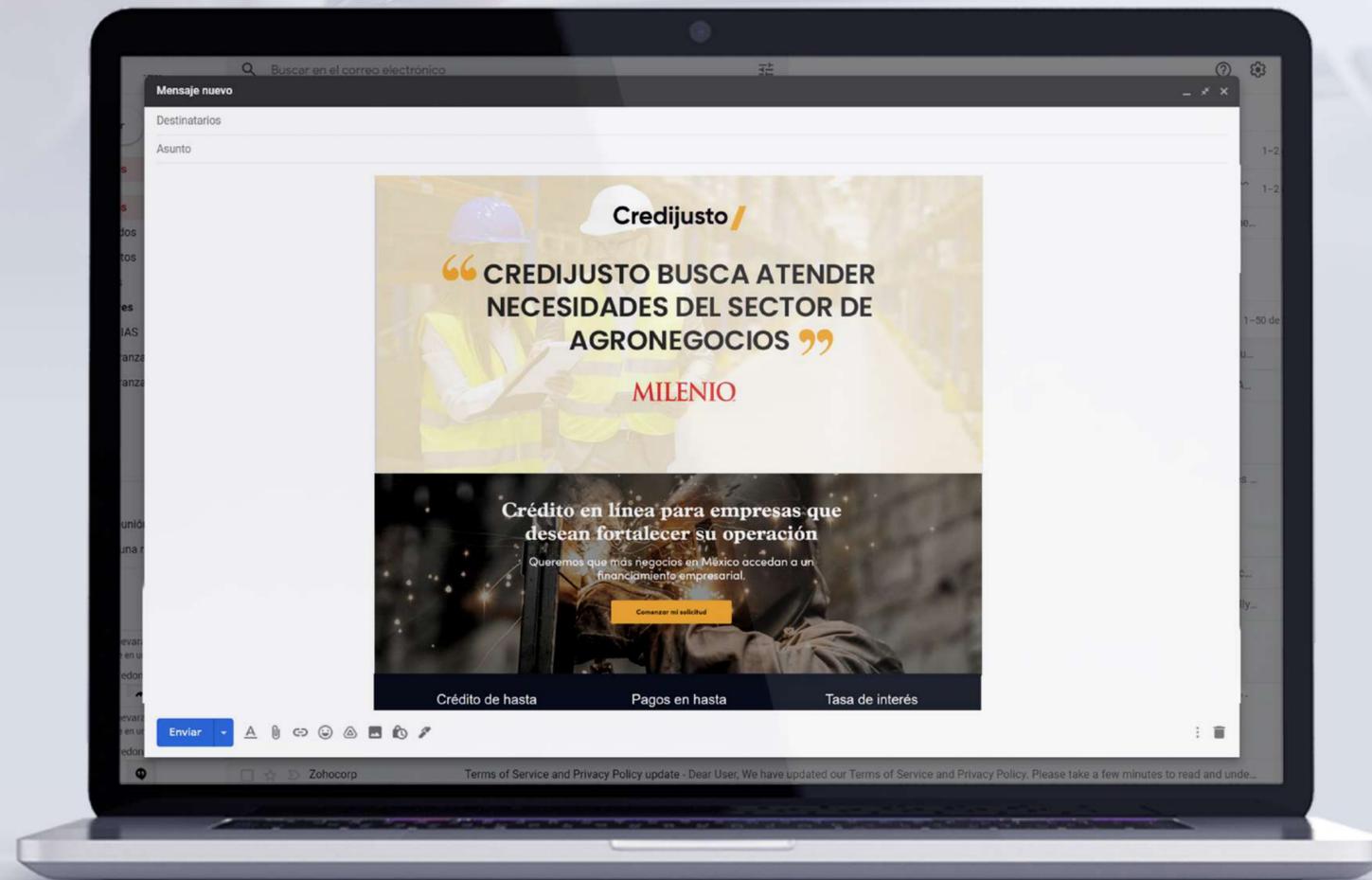
Aquí es donde se colocarán todas las publicaciones de la marca como logros, alianzas estratégicas, diferenciadores del mercado, entre otras.

Esto ayudará a que cualquier cliente potencial, valide la información que hay sobre la empresa y con ello aumentar la confianza para cerrar un trato, solicitar información o convertirse en socio.



III. SOCIOS ESTRATÉGICOS

Incorporar estos contenidos dentro de los mails que se envían a clientes, socios estratégicos o futuros inversionistas contribuye a fidelizar a los clientes, ya que se sienten respaldados por una empresa de éxito.





IV. REDES SOCIALES

Compartir en redes sociales estos contenidos nos da la oportunidad de mostrar validación social a la comunidad que nos sigue.

No hay que agradecer necesariamente la cobertura al medio de comunicación, sino resaltarlo como un éxito de la empresa en cada copy.

Evitar decir frases como:
“Agradecemos a Milenio la entrevista que nos hicieron...”





V.

COLABORADORES QUE COMPARTEN

No hay nada más poderoso que mostrar historias que otros quieran reproducir.

Nuestros aliados estratégicos validan las buenas operaciones de la empresa, por lo que recomendamos que ellos compartan estos contenidos para llegar a su comunidad y posteriormente compartirlo nosotros desde el perfil del cliente.

VI. HIPERVÍNCULOS

Acompañar el envío de mail al interior y exterior con la publicación de esa semana, de esta forma posicionamos al CEO en un ámbito de conocimiento, compartimos su visión e interés en el éxito de la compañía y creamos corrientes de opiniones favorables.

