

## ¿Qué es y para qué sirve el clipping de prensa?

Clipping es la actividad de seleccionar los artículos o recortes de prensa en los que una empresa determinada ha aparecido en forma de noticia. Las organizaciones, a través del seguimiento de medios, conocen qué noticias se han publicado de ellos en los medios. Así como el espacio que ocupan y qué imágenes aparecen.

### **Pero, ¿Para qué sirve el clipping de prensa?**

Entre muchas otras cosas, el seguimiento de medios te permite...

#### 1. Controlar el entorno

Tradicionalmente, las empresas podían controlar con facilidad la comunicación, ya que los consumidores no tenían prácticamente vías de comunicación y los medios, aunque masivos, eran bastante “previsibles”.

Sin embargo, actualmente, con el auge de Internet y la proliferación de los nuevos medios digitales y las redes sociales, los responsables de comunicación se han visto enmarcados en una nueva realidad comunicativa. Una realidad que ha convertido al seguimiento de medios en una necesidad de vital importancia.

#### 2. Anticipar una futura crisis de reputación

Gracias a la monitorización de medios, los responsables de comunicación pueden detectar cualquier dato negativo y por lo tanto anticiparse a una posible crisis de reputación.

Una compañía no solo es lo que vende; también es lo que de ella se percibe (sus intangibles). La identidad corporativa se conforma de elementos relacionados con la percepción. Por un lado, elementos visuales como un logotipo, por otro, emociones que las personas asocian con esta. Elementos que determinan el apego o el rechazo a una marca y que se necesitan conocer a “tiempo real”.

#### 3. Detectar oportunidades

La monitorización de medios va más allá del mero seguimiento de la empresa, y entre una de sus “funcionalidades 2.0” se encuentra la capacidad de detectar oportunidades para el negocio.

Si se está informado a tiempo real, tarde o temprano, aparece aquella brillante idea que permite detectar una nueva vía de negocio o un insight del consumidor.

#### 4. Definir estrategias

A día de hoy, España cuenta con más de 3 millones de empresa. En un entorno tan competitivo es fácil pensar que son muchas las compañías que intentan posicionarse en sus sectores y diferenciarse de la competencia. Pero solo aquellas que están informadas a tiempo real y son capaces de detectar oportunidades de negocio son capaces de triunfar. Por lo tanto, este triunfo está muy relacionado al clipping ya que una buena monitorización permite definir estrategias enfocadas al mercado.

#### 5. Identificar influencers

Gracias al seguimiento de medios, las empresas pueden identificar aquellas personas que tienen influencia en un determinado ámbito, y aprovechar su tirón para convertirlos en embajadores de la marca.

#### 6. Distribuir conocimiento

El seguimiento de medios se afianza como el paso previo a toda estrategia de gestión del conocimiento. Esta razón la explicamos con más detalle en el siguiente post.

#### 7. Detectar patrones de la competencia

El seguimiento de medios permite detectar posibles comportamientos de la competencia. Esto es de vital importancia para anticiparse a nuevas oportunidades de negocio.

#### 8. Conocer más a fondo al consumidor

Gracias al seguimiento de prensa se pueden detectar insight del consumidor. Insight que permiten a las empresas conocer a sus consumidores y enfocar las campañas de comunicación.

#### 9. Medir el impacto de las acciones de comunicación

Es de vital importancia conocer la repercusión mediática de cualquier campaña de comunicación, ya que de esta manera los responsables de comunicación pueden valorar el éxito o el fracaso de sus campañas de comunicación.

De acuerdo con los criterios del cliente, MyNews prepara informes personalizados que responden a la medición de diferentes variables. El objetivo es que los directores de comunicación puedan medir el retorno de la inversión (ROI), valorar la reputación y posicionamiento en los medios en cuanto a su empresa, marca, evento, etc.

En lo que se refiere al informe de repercusión mediática, hay una gran cantidad de variables que se pueden trabajar dependiendo de la tipología y la necesidad de cada cliente.

#### 10. Tiempo y calidad/comodidad

Por último, queremos señalar que un servicio de clipping mejora el rendimiento a través de las variables tiempo y calidad. El conocimiento es un activo que debe valorarse ya que mejora la formación de los profesionales y reduce el tiempo que necesitan para desarrollar su función.

Para finalizar queremos hacer referencia a uno de nuestros post que señalan las ventajas de las empresas de clipping frente a los servicios gratuitos de alertas.

#### Conclusión

Las agencias de comunicación no deberían utilizar el pressclipping como mera herramienta de justificación del trabajo realizado por los gabinetes de prensa. Sino que deberían ir más allá.

La imagen corporativa es un intangible que debe ser entendida como un verdadero activo. Por lo tanto, poseer una evaluación o medición de la aparición de una empresa en los medios de comunicación permite calcular el valor de imagen que tiene una compañía. Así como el peso que tiene una organización en los medios. Aun así, el clipping no debe entenderse cuantitativamente, es decir, no es lo mismo calidad que cantidad. Los impactos en los medios de comunicación deben obedecer a una estrategia meditada.

Con el auge de internet, las redes sociales y el desarrollo de los medios de informativos, la monitorización de medios debe ir más allá del mero seguimiento de la empresa, ya que muchas organizaciones necesitan de un seguimiento más completo en torno a asuntos relacionados con su actividad o sector para controlar el entorno y la competencia. La importancia de esta acción se ve incrementada con el desarrollo de Internet y la aparición del fenómeno Blog.

Por todo esto, las empresas de análisis y seguimiento de medios ofrecen servicios cada vez más completos y versátiles. Desde la posibilidad de configurar seguimiento de medios, a poder gestionar y distribuir toda esa información a través de boletines corporativos, tanto a públicos internos como externos.

Fuente: <https://mynews.es/la-importancia-del-clipping/#:~:text=Clipping%20es%20la%20actividad%20de,de%20ellos%20en%20los%20medio>  
s.