DINO - Divulgador de Notícias

Clipping como ferramenta estratégica para a auditoria de imagem

O cenário empresarial, assim como a sociedade contemporânea é complexo, e exige, cada vez mais, o desenvolvimento de novas estratégias para se atingir o público alvo, vender mais, se posicionar à frente da concorrência, entre outros.

24/08/2016 15:47:46

O cenário empresarial, assim como a sociedade contemporânea é complexo, e exige, cada vez mais, o desenvolvimento de novas estratégias para se atingir o público-alvo, vender mais, se posicionar à frente da concorrência, entre outros. Dessa forma, não é mais possível confiar apenas em antigas práticas para que o objetivo da empresa seja atingido, é necessário investir em novas tecnologias que, aliadas a modernos processos de gestão e mensuração de resultados poderão contribuir positivamente para a organização conquistar sua meta.

Com a auditoria de imagem não é diferente. Utilizada principalmente para aferir e avaliar a exposição que a organização possui na mídia, a auditoria hoje exige metodologias e ferramentas complexas para que apresente um resultado eficaz. Segundo Elizangela Grigoletti, Diretora de Inteligência de Mercado da Miti, uma consultoria do meio, a auditoria de imagem é necessária para entender o processo de exposição de marcas e personalidades, obtendo uma visão clara sobre sua reputação, os impactos e o melhor ponto de equilíbrio - resultados que irão orientar e disseminar novas estratégias de comunicação que sejam ainda mais assertivas, fortalecendo sua visibilidade positiva ”.

Uma das ferramentas mais antigas e utilizadas para acompanhar a repercussão na mídia, sempre foi o clipping, porém, com a evolução das TIC’s (Tecnologias da Informação e Comunicação), a forma de realizar esta prática também mudou. Hoje, o clipping voltado para auditoria de imagem é chamado de monitoramento estratégico de informações, e não é restritivo ao acompanhamento da publicação dos releases enviados pela assessoria de imprensa ou citações na mídia envolvendo a marca, vai muito além – dentre outras funções, aferir um diagnóstico preciso do posicionamento da empresa e mensurar seu alcance, estão entre as mais utilizadas. Tendo uma conotação totalmente estratégica, utiliza-se de ferramentas do universo das TIC’s, para se extrair resultados quantitativos e análises qualitativas, apresentando diagnósticos estratégicos, baseados em insights de Inteligência de Mercado, para mensurar o quão efetiva está sua comunicação, quais os marcadores mais relevantes, qual decisão tomar tanto em processos de gestão ou de relacionamento com público e imprensa, quanto direcionar o rumo de ação a ser considerado para cada marca ou momento vivido

pela organização.

Para que a auditoria de imagem realizada seja efetiva, o primeiro passo é a contratação de empresas especializadas no fornecimento desse tipo de serviço, caso contrário, estará sujeito ao desperdício de recursos, além do desgaste da imagem, ponto mais importante a ser preservado, para que não ocorra impactos desastrosos por direcionamentos equivocados. Em seguida, a empresa contratada fará uma avaliação das necessidades do seu negócio e do cenário atual da organização, definindo a melhor metodologia aplicável a auditoria, ou seja, conciliando os objetivos a serem alcançados com o universo em questão. Definições secundárias sobre parâmetros a serem utilizados, mídias envolvidas, fontes, principais influenciadores analisados, métodos de coleta e análise dos dados, tal como especificações do relatório final, são realizadas em conjunto com o cliente para garantir o atendimento das expectativas e o direcionamento adequado do projeto. Portanto, para um resultado eficiente de auditoria de imagem, deve-se sempre considerar uma metodologia estratégica adequada ao alvo da análise, como também adaptável a realidade do mercado em que se está inserido. O importante é que a utilização das TIC’s sejam implementadas conciliando ferramentas tradicionais, como o clipping, com as novas tecnologias, com diversos recursos inovadores e estratégicos, para que assim a auditoria consista em um amplo diagnóstico da marca, profundo e contínuo, oferecendo informações sequenciais e relevantes que apontem para a correta tomada de decisões.

SERVIÇO:
MITI Inteligência
Monitoramento de Informação e Inteligência de Mercado
Clipping de notícias online, impressas, rádio, TV e mídias sociais
Rua Lindolfo Pessoa, 45, Curitiba, PR41 3023-1698
http://miti.com.br
comercial@miti.com.br
0800 052 1698