

# Relaciones públicas... ¿para un libro?

Ensayo

ESCRITO POR: KATHERI GUARDIOLA RAMÍREZ

<https://katherig.github.io/>

Las Relaciones Públicas son una de las partes más importantes para las organizaciones sin importar a qué giro se encuentren dedicadas estas, ya sean estas ONG's, una persona famosa, entidades religiosas y por qué no, para el lanzamiento y promoción de un libro también se hacen uso de las Relaciones Públicas, pero, ¿qué implica el hacer esto?

Para comenzar con estas implicaciones podemos hablar en primera instancia acerca de la planeación que esto conlleva, ya que no solamente se basa en elegir las estrategias que más le parezcan favorables a la persona encargada de promocionarlo, sino realizar una amplia investigación acerca de cómo estas estrategias han funcionado en el ámbito real, qué resultados provocan estas, así como la aceptación que tienen ante el público para asegurarnos y tener fundamentos de que su realización será apta para lo que se buscará lograr en base a dichas estrategias. Hay que ser conscientes de que el planear abarca aspectos muy amplios como el tener un cronograma de actividades para llevar un control de cuándo estas se realizarán, establecer el cómo estas se realizarán, o sea lo que se debe seguir al pie de la letra, cómo se supervisará que estas estrategias han funcionado, quién será el encargado de realizar dichas actividades, así como de supervisar, así como un compromiso por parte del equipo para realizar estas estrategias. El realizar una buena y correcta planeación es fundamental para un proyecto ya que sin una planeación que se encuentre bien hecha será difícil que un trabajo pueda funcionar de una manera correcta y precisa, ya que en todo caso de realizarse dicho proyecto que carezca de una planeación, también lo hará de todos los aspectos ya anteriormente mencionados, pudiendo ser en sus inicios un proyecto pobre en cuanto a esas cuestiones. Algo importante que cabe mencionar es que hay que planear y visualizar los tipos de públicos a los que las estrategias serán dirigidas, haciendo una buena segmentación de estos.

Una vez que se ha concluido la planeación de una manera correcta es tiempo de llevar a su desarrollo las estrategias que fueron planteadas en esa primera parte, esto se lleva a cabo por medio de la aplicación de dichas estrategias que se han incluido en el cronograma y su desarrollo puede ser un tanto complicado si no se realizó previamente una buena investigación acerca de los públicos externos que son de interés para la aplicación de las estrategias, de igual forma hay que llevar a cabo una buena supervisión acerca del cómo se desarrollan y se llevan a cabo las estrategias, descubrir y analizar puntos en los que se pueda estar cometiendo algún error y buscar la manera correcta de darle una solución a esa equivocación, esto con el fin de que las relaciones con los públicos externos no se vean perjudicadas por un mal desarrollo en cuanto a las estrategias, la parte del desarrollo se tiene que realizar con un gran detenimiento y coherencia, ya que una estrategia mal desarrollada puede llevar consecuencias al proyecto, de muchos tipos, ya sea que los públicos externos interpreten algo mal, que no se capte el

interés de los públicos o en su defecto, que se tenga una respuesta totalmente contraria a la que en un principio se proyectaba por parte de ellos.

El vender un libro realmente se podría convertir en un trabajo complicado si no se tiene un conocimiento amplio acerca del cómo se deben aplicar las estrategias de Relaciones Públicas de una manera correcta, pudiendo resultar esto en un problema grande, además del tipo de formato en el que se venderá el libro, siendo el formato digital un tanto más complicado ya que según AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) a través de un estudio realizado en el año 2018 por ellos mismos a través de AIMC Q Panel, “El 62% de los internautas prefieren los libros impresos frente a los electrónicos, un 18% prefiere la versión digital y un 19% es indiferente” y de igual forma “Las personas que mayormente despiertan interés por la lectura en libros de papel son jóvenes de entre 14 y 24 años , ya que el 74.4% prefieren los libros en papel”, esto se puede deber a la experiencia que tiene el lector al interactuar con un libro en formato físico, siendo esto un factor determinante para la venta de estos, por lo que la aplicación de las estrategias debe buscar la forma en la que aplicadas estas se pueda tener un resultado favorable para la venta.

Como es notable, la planeación, desarrollo y aplicación de estrategias en el ámbito de Relaciones Públicas para la venta de un libro en línea son de suma importancia, desde la investigación que se tiene que realizar previamente para poder llevar acabo la planeación, así como el seguimiento que se tiene que dar en el desarrollo de dichas estrategias, por lo que en estos procesos es de relevancia su buena realización y de igual manera una buena supervisión, con el finde que todo se realice correctamente.