

## Las emociones y la voz, las claves en comunicación empresarial para el 2020

- Escuchar a los consumidores y crear contenidos de valor muy personalizados es la base para la nueva estrategia corporativa
- El auge de los sistemas de voz y los podcast obligará a las empresas a crear storytelling para audios

Barcelona, 5 de diciembre de 2019. - La tendencia para el 2020 en el ámbito de la comunicación es que las marcas no sólo expliquen historias personalizadas sino que cedan la posibilidad de hacerlo a sus clientes. En [Agenciasdecomunicacion.org](http://Agenciasdecomunicacion.org), el único buscador gratuito de agencias de comunicación, prevén que a las empresas ya no les basta con mostrar los beneficios de sus productos o servicios, sino que en 2020 tienen que aprender a crear experiencias donde la atención al cliente pre y post venta tendrán un papel clave.



“Son muchas las compañías que usan las redes sociales para averiguar qué quieren y esperan de sus productos o servicios los posibles clientes, pero la clave para el 2020 estará en saber crear storytelling muy personalizados en los que los receptores participen de forma activa”, explican los responsables del portal.

Para hacer al usuario protagonista de sus mensajes, las empresas necesitan conocerlo bien. Por ello, en [Agenciasdecomunicacion.org](http://Agenciasdecomunicacion.org) se muestran convencidos del poder de las redes sociales que permiten una comunicación bidireccional entre marcas y consumidores. De esta manera, el futuro de la comunicación corporativa pasa por unirse a plataformas que permitan el contacto directo con ciudadanos con perfiles afines a sus productos o servicios. Este 2020 la estrategia de comunicación se centrará en adoptar una postura de oyente para que los mensajes fluyan de los propios consumidores.

### La voz

La voz toma relevancia en año nuevo. El podcast se consolida dentro de las estrategias de comunicación de las empresas debido a la buena acogida que está teniendo entre los ciudadanos. El

39% de los oyentes escuchan **podcast** en España, según datos del Podcast Days 2019 celebrado en octubre, y se prevé que el crecimiento anual de podcast corporativos ronde el 30% hasta el año 2022.



Esto lleva a las empresas a incluir esta herramienta de comunicación en sus planes para el 2020. A su favor tiene que es una herramienta fácil de usar, que permite explicar las cosas, que los oyentes lo escuchan mientras hacen sus tareas del día a día pero los mensajes calan y que la inversión es menor que la de los videos, por ejemplo, para YouTube. No obstante, en los podcast hay que saber elegir bien el contenido y explicarlo sin aburrir.

También ganarán importancia en 2020 las búsquedas por voz y los **chatsbots**. El 7% de los españoles ya cuenta con al menos un altavoz inteligente en casa. Aunque aún las búsquedas en Amazon Echo o Google Home no son transaccionales, el futuro está en estos dispositivos y los planes de comunicación para este año lo tienen entre sus objetivos, al menos un acercamiento.

Estas herramientas con un auge más reciente convivirán con otras que vienen siendo fuertes durante la última década como las notas de prensa, las redes sociales, los blogs y webs, la atención al cliente digitalizada, los videos... entre otras.

**Sobre Agenciasdecomunicacion.org – [www.agenciasdecomunicacion.org](http://www.agenciasdecomunicacion.org)**

Agenciasdecomunicacion.org es una entidad sin ánimo de lucro que tiene por objetivo asesorar a las empresas en comunicación y facilitarles la búsqueda de su *partner* ideal.

La idea es muy sencilla, a través del formulario de contacto que se haya en su página web ([www.agenciasdecomunicacion.org](http://www.agenciasdecomunicacion.org)) las marcas pueden explicar qué necesitan y cuál es su presupuesto. A partir de ese momento, se pone en marcha el mecanismo para encontrar los expertos en comunicación que mejor se adaptan a las necesidades de cada empresa.

En [agenciasdecomunicacion.org](http://agenciasdecomunicacion.org) cuentan con una amplia base de datos de agencias de comunicación de todos los tamaños, ubicadas por todo el territorio nacional y especializadas en diferentes servicios y sectores.

Contacto de Prensa

**Ana Romero**

Tech Sales Comunicación - Gabinete de Prensa

665 02 92 56

[ana@techsalesgroup.es](mailto:ana@techsalesgroup.es)