

Dicendi quiere compartir, con estas píldoras formativas, parte de su conocimiento, base de su ejercicio profesional como agencia consultora en los ámbitos del marketing, de la gestión cultural y de la RSC.

Elementos de una revista corporativa, por Daniel Gómez-Tarragona

Hay un viejo dicho francés que dice que **una revista es una historia de amor con los lectores**; si extrapoláramos este dicho al tema que nos ocupa, podríamos decir, que una revista corporativa es un historia de amor con los clientes que nos leen, a los que queremos captar y fidelizar.

La revista corporativa, por tanto, constituye para cualquier empresa o institución **una vía fundamental de comunicación con sus grupos de interés**, además de crear una imagen de marca superior a la de la publicidad convencional.

Es una **tarjeta de presentación distinta y amena** de su empresa, donde podrá comunicar toda la información que necesite dirigir a sus **clientes actuales y potenciales**, aportando valor añadido a su producto. Es por ello que las publicaciones corporativas deben constituir un **fiel reflejo del posicionamiento y de la imagen** de la empresa que representa y que contribuya a mejorarla.

Bien, pero ¿cuáles son los elementos más importantes de una revista corporativa? Los de cualquier revista, es decir, los siguientes:

www.dicendi.com

www.edamel.com

Dicendi quiere compartir, con estas píldoras formativas, parte de su conocimiento, base de su ejercicio profesional como agencia consultora en los ámbitos del marketing, de la gestión cultural y de la RSC.

CONTENIDO

Es el elemento más importante de una revista, hablamos de su sustancia, de su concepto.

Según los manuales clásicos de periodismo, los ingredientes de los medios de comunicación son la **información**, la **opinión** y el **entretenimiento**. La combinación de estos tres ingredientes constituye la espina dorsal en la estrategia de diferenciación de cada revista.

Los contenidos de las revistas se distribuyen en secciones. Las distintas secciones presentan una serie de contenidos homogéneos, normalmente de carácter temático y que cumplen tres funciones:

1. Guía de lectura.
2. Unidad de producto.
3. Segmentar.

Además de las secciones habituales, las revistas suelen ir acompañadas por **contenidos adicionales (suplementos y especiales)** que completan su oferta informativa. Pueden incluirse tanto dentro como fuera. Suelen tener tres objetivos:

1. Promoción y fidelización.
2. Incremento de la facturación publicitaria.
3. Prospección de mercado.

Dicendi quiere compartir, con estas píldoras formativas, parte de su conocimiento, base de su ejercicio profesional como agencia consultora en los ámbitos del marketing, de la gestión cultural y de la RSC.

TONO

El 2º elemento más importante de una revista es el "tono" con el que se trata ese contenido.

La sencillez y la funcionalidad, junto con un **lenguaje conciso, ameno y fresco**, deben caracterizar a toda revista corporativa.

ESTILO VISUAL

Es el 3º elemento más importante para una revista corporativa.

Hay que recordar que **la belleza estética nunca debe impedir la comprensión fácil**. La claridad, tanto en lo visual como en lo conceptual, prima sobre cualquier otra consideración.

En cuanto a la **portada** es importante indicar que los títulos tienen una función esencial a la hora de inducir a la lectura. La mejor portada es la que logra asociar una imagen de impacto con un tema de interés general para nuestro público objetivo. Una portada o una página de revista que no se lee bien o que no se comprende de inmediato, lesiona gravemente nuestra función de comunicadores.

FORMATO

La **comodidad** de lectura es el criterio fundamental para imponer un formato. Si bien, ciertas publicaciones han apostado por salirse de esta norma para diferenciarse frente a la competencia. Aunque también es importante el tema económico.

www.dicendi.com

www.edamel.com

Dicendi quiere compartir, con estas píldoras formativas, parte de su conocimiento, base de su ejercicio profesional como agencia consultora en los ámbitos del marketing, de la gestión cultural y de la RSC.

Edamel – Investigación y desarrollo editorial – proporcionará a su empresa toda la estructura editorial y el equipo humano necesario para la creación de su revista como un vehículo de fidelización de sus clientes. Para el desarrollo de cada número, se reunirá un consejo editorial que, junto con los criterios de comunicación, seleccionará los temas a tratar. Nuestro equipo diseñará, redactará y editará los textos y fotografías más adecuadas para hacer de su publicación un producto exclusivo.