

**Cómo poner un anuncio de pago**

Personalmente en nuestras oficinas en Valencia  
► Tragners, 7. ► Plaza del Ayuntamiento, 9. Bajo  
<http://levante.clasificados.epi.es>

POR TELÉFONO  
**96 399 22 42**  
POR FAX  
**96 399 22 76**

► En nuestras delegaciones comarcales  
► En cualquier agencia de publicidad

Cupón de anuncios gratuitos para particulares  
PÁGINA 2

ANUNCIOS GRATIS PARA PARTICULARES

**807 50 55 05**

Precio máxima: Red fija: 1,18 €/min. Red móvil: 1,51 €/min. IVA incluido.  
Mayores de 18 años. ATS, SA, Apdo. Correos 18070. 28080 Madrid  
El anuncio se publicará 3 días



**AHORA PUEDE PUBLICAR SUS ANUNCIOS BREVES DESDE SU ORDENADOR:** <http://levante.clasificados.epi.es> ¡CON UN SIMPLE "CLIK" DE RATÓN SU ANUNCIO SE PUBLICARÁ EN EL DIARIO!

# Círculo Rojo apuesta por «dialogar» con el consumidor en el espacio online

► La agencia de publicidad valenciana ofrece marketing interactivo junto a sus servicios de comunicación integral

**MERCALEVANTE VALENCIA**

■ Todos los campos profesionales requieren de una continua evolución. Avances, mejoras, descubrimientos, cambios generacionales, planteamientos novedosos que obligan a variar la forma de realizar una profesión tal y como se aprendió de serie en las aulas, en la calle o en la vida.

Hay un cambio, hay que cambiar, o uno corre el riesgo de quedarse definitivamente atrás, con la vanguardia moviéndose peligrosamente por delante de las piernas. Una situación similar está viviendo el sector de la publicidad y marketing, con el acicate de una sociedad que avanza y varía a ritmos vertiginosos. Porque el consumidor lee periódicos, escucha la radio, ve la televisión y sale a pasear, como siempre ha hecho, pero ahora también navega por Internet con otro tipo de uso: opinando, criticando, informándose, recomendando, tomando decisiones de compra. En definitiva, ahora el consumidor «dialoga» con la marca.

Círculo Rojo es una de las agencias de publicidad valencianas que, por estos motivos, ha entendido desde sus inicios la necesidad de apostar en su oferta de servicios tanto por los canales convencionales de comunicación como por las posibilidades que ofrece Internet como escenario de interacción con el usuario. Vertiente esta última que traslada a sus clientes para que nombres de redes sociales como Facebook, Twitter, Foursquare, LinkedIn o MySpace le suenen a oportunidades únicas y rentables para escuchar y hablar con sus consumidores.

«Existen decenas de soportes



Las redes sociales están cambiando el panorama comunicativo mundial. LEVANTE-EMV

recientes que ponen sobre la mesa un abanico de posibilidades publicitarias con reglas propias. Ya no basta con lo de siempre, las empresas deben saberlo y actuar», asegura Álex Rubio, planificador estratégico de la agencia.

**Redes sociales**

Y las redes sociales están en medio de todo esto, pues ya no son sólo escenarios de relación entre personas, sino que son soportes de explotación creativa para las marcas y empresas, en un grado de rentabilidad «mayor que el de otros canales y compatible con ellos».

Las herramientas para medir ese retorno de la inversión demuestran «un menor coste por impacto, una mayor difusión y una mayor calidad en la relación» en-



Una imagen promocional de Círculo Rojo. LEVANTE-EMV

tre la marca y su público objetivo. Es tal la necesidad de «cuidar y alentar la reputación online» que incluso ha surgido una especialidad, la del «community manager»

(gestor de comunidades), encargado de vigilar, actuar, agitar y dinamizar a los públicos objetivos de las empresas en las redes. Una función que Círculo Rojo ofrece

**El «community manager» es necesario como vigilante y dinamizador de las marcas en su presencia en la red**

**Los socios de la agencia reflexionan en [www.circulorojo.es/blog](http://www.circulorojo.es/blog) sobre las tendencias interactivas**

**Interactividad con un «menor coste por impacto, mayor difusión y mayor calidad en la relación marca-público»**

«desde la perspectiva de una agencia de publicidad integral, creativa, activa y lejos de los convencionalismos».

«En Círculo Rojo planificamos, pensamos, realizamos y evaluamos acciones para nuestros clientes dentro del marketing orientado hacia canales de interacción social en la Red», aseguran en [www.circulorojo.es/blog](http://www.circulorojo.es/blog), un espacio de análisis actual del sector.

**Social Media marketing**

Después de que su acción viral en Youtube «Este tanga no es mío», para el Hotel Urbem de Valencia, llegara a la final de los Premios Nacionales de Marketing, la agencia valenciana también se vuelca en la formación de los clientes.

En el caso del Social Media Marketing, se le plantea al cliente el desconocimiento de las dinámicas de relación interactivas. Es por ello por lo que ofrecen formación específica «para que entiendan cómo funciona de forma básica, y con la predisposición individual necesaria, sean capaces de gestionar inicialmente sus contenidos».

## El Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia celebra su fiesta anual

**MERCALEVANTE VALENCIA**

■ El Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia celebró el pasado jueves su cena anual en honor a la Virgen del Perpetuo Socorro, patrona del Seguro, con la presencia de más de 200 profesionales del seguro y de representantes de distintas entidades aseguradoras, así como colegios profesionales y representantes de la administración autonómica.

Eusebio Monzó, Director General de Economía de la Generalitat Valenciana, quiso acompañar a los Mediadores valencianos en su encuentro anual, junto con el Jefe de la Unidad de Mediación de la Dirección General, Jesús Valero. Monzó destacó en su intervención el «valor incalculable» de la tarea diaria de los mediadores, al mismo tiempo que les ofreció el apoyo incondicional de la

**En el acto, se rindió homenaje a aquellos profesionales que cumplen en 2010 sus bodas de plata como colegiados**

Dirección General y de la Generalitat Valenciana.

Forinvest estuvo representada por su director, Alejandro Roda y por Alejandro Otolá, quienes re-

cibieron el reconocimiento a su labor al frente del certamen por parte de Ignacio Carlos Soriano Tarín, Presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia.

En el transcurso del acto institucional se hizo entrega de los Premios Casco y Cascote del Colegio de Valencia, que eligen los colegiados mediante voto directo.

El Premio Casco en su XIV edición recayó en la Entidad Mutualidad de Levante. Su Director General, Francisco Javier Pascual Corbí, agradeció a todo el colectivo dicho galardón, así como a la red de comerciales de la compañía.

Por su parte, El Premio Cascote recayó en la Entidad Zurich, recogiendo el mismo su Gerente Comercial de Zona del Canal de Corredores, D. Emilio Salinas de la Riva.

Durante el acto, además, se hicieron entrega de las orlas a los alumnos de la promoción del Curso Superior de Seguros. También se dio la bienvenida a los nuevos colegiados que se incorporan en este ejercicio a la profesión y, finalmente, se rindió homenaje a todo aquellos profesionales que cumplirán o han cumplido durante este 2010 sus bodas de plata como colegiados.