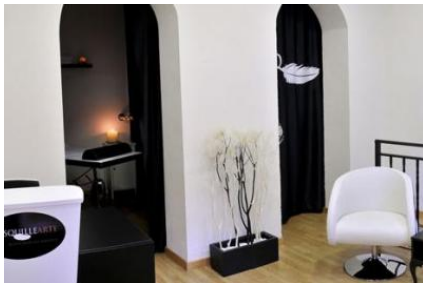


CASO PRÁCTICO DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

Campaña de éxito: Cómo aparecer en el Time y la gran prensa internacional

Un original proyecto empresarial español, Cosquillearte, ha conseguido uno de las grandes aspiraciones de cualquier profesional de la comunicación: llamar la atención de la gran prensa internacional. Isabel Aires, promotora de esta iniciativa y directora de la agencia de RR.PP. Aires News, nos cuenta algunas de las claves que lo han hecho posible.



Cosquillearte (C/ García de Paredes, 33. Madrid. Tel. 91 591 78 68. www.cosquillearte.com) abrió sus puertas en diciembre de 2010 y se ha convertido en la terapia estrella, en el revolucionario tratamiento que ha sorprendido a clientes de todas las edades y llegados de todos los puntos de España y del extranjero. Son cosquillitas suaves, a modo de caricias, leves toques, pequeñas presiones que recorren el cuerpo de forma envolvente y provocan una sensación de bienestar y desconexión como nunca antes se

había experimentado.

Pero, además, ha conquistado a medios informativos de todo el mundo. Se ha colado en sus agendas informativas; y hasta él, se han trasladado periodistas de prensa escrita, on line, reporteros y cámaras de televisión, otros que cada día informan desde las ondas radiofónicas... En definitiva, una inmensa mayoría. ¡¡Y no sólo de nuestro país, también de todo el mundo!!

Aires News Comunicación, agencia que dirijo desde 2005, gestiona la relación de COSQUILLEARTE con los medios. Nuestro equipo se ocupó del lanzamiento, de informar de su apertura. Y periódicamente, de forma eficaz, suscita nuevo interés gracias a otras noticias novedosas (citas con amigas, terapia relajante para embarazadas, con niños, la expansión según el modelo de franquicia, etc...)

El lanzamiento de prensa se hizo justo en el momento en que el centro abrió sus puertas. Es decir, en la primera semana de diciembre. Y la respuesta fue inmediata, con la visita de los equipos de Telemadrid, Telecinco y La Sexta. A partir de ese momento, el ritmo de gestiones de reportajes, entrevistas, resultó frenético y el equipo de cosquillólogas debió acostumbrarse a las preguntas, focos, etc. ¡¡Todos los periodistas querían hablar, probar y contar las virtudes de las mejores cosquillitas del planeta!!

Porque en la excepcional repercusión mediática hay un dato clave: no existe otro centro de estas características en ningún lugar (a pesar de que pronto han intentado surgir imitaciones...) Es decir, que ser único, irrepetible y rabiosamente original han sido las mejores bazas para una campaña de

comunicación que ha roto todos los esquemas. Efectivamente, en más de seis años de experiencia, no habíamos contado en nuestra cartera con un cliente así.

Desde el primer día, han llegado personalmente medios de Rusia, Portugal, Francia, México, Colombia y de Estados Unidos. Lisa Abend, corresponsal de la prestigiosa publicación americana Time probó las cosquillas y redactó un artículo que dio, nunca mejor dicho, la vuelta al mundo. Ella publicó una información cercana en la que transmitía sus sensaciones y las de otros clientes entrevistados. Con la versión on line se encendió la mecha y fue preciso gestionar infinidad de solicitudes en países como Inglaterra, Italia, Norteamérica y Sudamérica, Sudáfrica, Canadá...

En España, absolutamente todas las cadenas de televisión y emisoras han cubierto la noticia. Ha sido en informativos, magazines, agendas... Indudablemente, la cualidad de tratamiento revolucionario ha sido el secreto y ello unido, claro está, a la labor de la agencia dado que nos distinguimos del resto de la competencia por el contacto diario y personalizado con los periodistas especializados en ámbitos como la belleza, la gastronomía, las tendencias, etc. Es decir que Lisa Abend recibió la información pero, además, le detallamos sobre los beneficios y peculiaridades de Cosquillearte..

Cabe destacar que en cada gestión, hemos recibido y atendido a los periodistas. Les hemos invitado a probar la terapia y hablar, por lo tanto, con propiedad. Como dato curioso, se podría destacar que, en los últimos meses, el número de contactos de nuestra base de datos se ha multiplicado porque, ciertamente, algunos no eran conocidos y llamaron telefónicamente o se dirigieron hasta el número 33 de la calle de García Paredes, en Chamberí. Sin duda, Cosquillearte es un hito en la particular historia de Aires News Comunicación.