

KODAK

KODAK es una empresa que estaba en quiebra y ha logrado salir adelante gracias a la asignación monetaria del gobierno de Estados Unidos de América. Una empresa con problemas de comunicación que estuvo a tal grado de quebrar completamente, para sobrevivir en un mundo donde se necesitan MÁS Y MÁS y cumplir necesidades de las personas en cuestión de tecnología se necesita la comunicación.

En aquel momento ciertamente se escuchaban rumores de que la empresa podría quebrar y esto hizo que las ventas disminuyeran aun más, los rumores venían que era la falta de tecnología, lo que en realidad era la fotografía y el público.

No estaba al tanto al comunicar las necesidades que la empresa misma tenía, la falta de innovación y tecnología, la comunicación era ambigua, en esos momentos se necesitaba adaptar a los cambios que presentaba la invención de lo digital.

Falta de comunicación interna, adaptación al entorno exterior, crear para comunicar y comunicar para crear sería un emblema de KODAK si hubiera aprovechado su momento de éxito, falta de comunicación externa ya que no había una retroalimentación por parte del público y no tuvo las habilidades de proyectar su escasez material.

Si yo tuviera la empresa KODAK en su máximo auge centraría la comunicación interna en creencias, valores y normas bien establecidas por parte de los trabajadores, tener a los trabajadores aptos y con un trabajo profesional, asimismo tenerles proyectado al público las necesidades de los avances futuros en tecnología.

También darle primero una comunicación interna fortaleciendo los ámbitos de la empresa junto con la de los trabajadores y del público haciendo una retroalimentación para fructíferas las necesidades de las tres partes en comunicación. Después, una comunicación externa llena de tecnología, productividad y creatividad y dar el mensaje correcto a la comunicación externa, tener eficacia y sobre todo tener estrategias adecuadas para acercarte a tus clientes.