

El desarrollo de habilidades de comunicación

Hoy en día las empresas están poniendo más énfasis en preparar a sus integrantes para que sean capaces de comunicar adecuadamente los mensajes con los grupos de interés con los que se relacionan. Ya que esto les permite convertirse en embajadores de la empresa y crear una buena reputación de marca. Además de que todos los procesos que lleva a cabo una empresa necesitan de la comunicación, pues esta es el eje de las relaciones.

Hay que mencionar que cuando hablamos de comunicación, existen diferentes niveles con los que comunicamos: comunicación verbal y no verbal. Estudios han demostrado que la gran mayoría de lo que comunicamos pertenece a lo no verbal: gestos, posturas, el timbre y tono de la voz, etc.

Otro aspecto importante en este proceso es la escucha, esta significa tener una plena disposición en poner atención a lo que nuestro interlocutor nos dice, estar abiertos a sus sugerencias y opiniones para poder llevar una conversación saludable. Generalmente cuando se conversa con clientes o empleados, los directivos encuentran en ellos posibles soluciones a sus problemáticas o encuentran ideas para sus estrategias. El escuchar también implica despojarse de juicios de valor y tratar de entender a la otra persona e involucrarse en sus intereses.

Cuando hablamos de comunicación verbal, la estructura y manejo de los mensajes juega un papel importante, ya que tener un ordenamiento claro de las ideas permite que las personas que nos escuchan puedan entender el mensaje. Se recomienda que al hablar se incorporen inflexiones en el tono de la voz para no sonar lineal, además de incluir anécdotas y experiencias para "ilustrar" lo que se dice. Estos dos aspectos ayudan además a no aburrir a la audiencia.

Cuando se está transmitiendo el mensaje a través de los medios de comunicación, hay elementos que toman especial importancia como lo son la vestimenta, el ordenamiento claro de ideas y los movimientos corporales. Es por eso que se recomienda tomar un curso en "media training" para lograr transmitir una buena imagen de la empresa.

En conclusión, podemos decir que las empresas de hoy están planteándose la creación de estrategias de comunicación que les permitan tener un mayor entendimiento con sus públicos y que los lleve a una imagen positiva en ellos. Los retos son mayores porque con las nuevas tecnologías de la comunicación e información se hace necesaria la especialización de esta área y la capacitación de directivos bajo las nuevas formas de comunicar.