

Comunicación interna efectiva

En este trabajo se abordaran algunos de los puntos a seguir para lograr que los empleados de la organización se conviertan en embajadores de la marca, agregando valor a la misma y todo lo anterior gracias a las estrategias de comunicación interna.

El activo más valioso de cualquier empresa u organización es su marca, ya que la marca representa un valor agregado para la misma, y puede generar distintas percepciones, emociones y expectativas en nuestros públicos. Nos ayuda a posicionar nuestros servicios o productos ayudando a venderlos. El retorno sobre la inversión que genera el valor de la marca se demuestra con la predisposición positiva que obtenemos del cliente. Es por esta razón que gestionar de forma efectiva nuestra marca, y alinearla con la estrategia de negocio nos llevara a posicionarla positivamente en la mente de nuestros clientes y generar ventas. Aquellos profesionales que trabajan en nuestra organización son la representación física de la marca para nuestros clientes y quienes difunden mensajes positivos de boca en boca sobre la misma, convirtiéndose en los embajadores de la marca, pero para lograr lo anterior debemos lograr que se identifiquen emocionalmente con ella. La comunicación interna juega su papel en esta tarea y realiza diversas estrategias para convertir a los empleados en la marca. Algunas de estas son:

- 1) La identificación y compromiso de los trabajadores con la empresa, creando un sentimiento de pertenencia y orgullo, así como la ilusión y el entusiasmo por la misma.
- 2) Se debe crear una propuesta atractiva y que vincule al trabajador para atraerlo, motivarlo y mantenerlo comprometido.
- 3) Una cultura organizacional que lleve los valores de la marca.
- 4) Alinear la comunicación interna y externa diluyéndolas en una misma estrategia.
- 5) Preparar a los empleados con los valores y principios de la organización, dando incentivos por su labor de mantenimiento y difusión de los mismos.
- 6) Establecer espacios de comunicación donde colaboren los empleados y se interconecten con el medio.
- 7) Motivar a los empleados a usar las redes sociales para fomentar la marca.
- 8) Compenetrar los puntos de vista de los públicos en estrategias de comunicación.
- 9) Crear campañas de comunicación interna que hagan entender a los empleados su rol como embajadores de la marca.
- 10) Otorgar reconocimientos y recompensas a los empleados que se comporten de acuerdo a los valores de la marca.

La correcta implementación de estrategias de comunicación interna genera que los empleados sean uno de nuestros activos más importantes para consolidar nuestra marca, integrándola y representándola dando por resultado una mejor imagen y reputación y ayudándonos a posicionar la marca en la mente de nuestros públicos y aumentando nuestras ventas.