

## COMUNICACIÓN INTERNA EFECTIVA

En todos los procesos de comunicación dentro de las organizaciones y/o empresas que hemos visto hasta ahora podemos darnos cuenta de cada uno de los elementos y la importancia de estos dentro de la denominada comunicación organizacional.

Ahora le toca el turno a la comunicación interna efectiva para ser analizada. La comunicación interna efectiva es aquella que se realiza dentro de la organización con el fin de mejorar los procesos comunicativos dentro de la misma, pero la definición en este caso no queda ahí, además es el punto de referencia para que las personas que no pertenecen a la organización puedan conocer el lado humano de la misma sin comprometer algún aspecto de ella.

Una de las estrategias utilizadas para poder llevar a buena realización la comunicación interna efectiva es el convencer al empleado que él también es parte de la empresa, es una parte importante y como tal representa de una forma directa o indirecta a empresa.

Hacer que se case con la idea de que no solo lo que se ve en la televisión, se escucha en la radio o se ve en los periódicos es lo único que se sabe de la empresa, también cuenta mucho como se ven a los empleados que laboran todos los días en ella.

Es por todo lo anterior que dentro de las empresas se crean estrategias para que incluso los empleados promuevan la empresa en más áreas que si solo se usaran los medios de comunicación, además de que ellos también son la imagen de la empresa como se dice en el slogan de una importante compañía "háganla suya". El empleado realizando una labor de comunicación informal también puede darle más éxito a la empresa que gastar miles en publicidad.

En el texto se menciona un decálogo de claves para que la comunicación interna sea exitosa y así impulsar la marca más allá de su alcance normal. Solo mencionaremos las más importantes que aplican a nuestro país y las que podrían aplicarse para que las empresas locales puedan mejorar sus procesos.

**Es clave conseguir la identificación y compromiso de los empleados:** hacer que los miembros tengan total afiliación a la empresa, que sea totalmente apegados a ella.

**La propuesta de valor al empleado ha de ser atractiva:** los incentivos como agradecimiento por ser fieles a la empresa deben ser de gusto común entre los empleados.

**La comunicación interna y externa tienen que estar alineadas:** deben estar al mismo nivel para que lo que se dice dentro se comunique al exterior y viceversa.

En conclusión, una empresa debe cuidar a sus empleados como si fueran su propia marca porque en realidad ellos, como el producto en sí, son la marca.