

ITZEL MONSERRAT MARTÍNEZ RAMÍREZ

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL I

LAMAR UNIVERSIDAD

COMUNICACIÓN INTERNA EFECTIVA

En la comunicación interna tiene como fin comprometer a los integrantes de la organización, que se compartan los valores institucionales, que todos sepan los objetivos, metas, estrategias de la organización.

De esta forma desde el interior de la organización se emprende un objetivo multiplicador, que hace crecer a la organización.

Y dentro de la comunicación interna efectiva tenemos un elemento de suma importancia que es la marca, el valor de la, marca manifiesta la predisposición favorable que la marca genera en el cliente.

La marca debe de estar en sincronía con la estrategia del negocio y así complementarse para que favorezca a toda la organización. La marca produce percepciones, emociones y expectativas en la mente de las personas.

Por ello las empresas cada vez apuestan más hacia la gestión interna de la marca, poniéndola como en el corazón del negocio, creando así un verdadero compromiso en los empleados. Para habrá que hacer sentir a los empleados que son parte esencial de la marca y que están íntimamente ligadas a ellas.

Ahí es donde se refleja la comunicación interna y el efecto que tiene dentro de la organización, ya que la marca es la imagen del comportamiento de los colaboradores en el interior de la organización.

Hay ciertos puntos que impulsan la marca desde el interior de la organización:

- Conseguir la identificación y compromiso de los empleados.
- Atraer, motivar y mantener el compromiso.
- Tener definidos los valores de la marca.
- Comunicación externa e interna completamente sincronizadas.

Existen infinidad de formas de mantener una comunicación interna, y utilizar esta en beneficio de la organización, solo es necesario tener bien definidos nuestros estatutos, valores y sobre todo la marca que nos representa.