

Comunicación interna efectiva

El propósito de la comunicación interna, es comprometer a los colaboradores a compartir los valores de la organización, a ser parte de la estrategia del negocio y sentirse comprometidos e identificados hasta hacer suya la marca.

Una de las cosas más importantes de la empresa es su marca. Por esto y más es fundamental una gestión efectiva de la marca, que trabaje en par a la estrategia de negocio, esto con la finalidad de generar percepciones positivas en los clientes y transformarse en ventas.

Para lograr esto en primer lugar, es esencial construir y potenciar la marca, creando y manteniendo sus atributos y valores asociados. Además de esto se deberá de construir una reputación que contrarreste el riesgo percibido en la compra.

La gente dentro de la empresa es decir los profesionales son la cara de la marca para los clientes y diversos grupos de interés: los proveedores, distribuidores, accionistas y la sociedad en general.

Es por este punto que las empresas punteras se están enfocada cada día mas en la gestión interna de la marca , poniéndola en el corazón del negocio, generando el compromiso en los empleados, de modos que hagan suya la marca.

Para esto hay que vivir la marca, abrazar sus valores y sentirse parte esencial e la misma.

Es aquí donde la comunicación interna hace su entrada estratégica para conseguir que los colaboradores estén comprometidos y alineados con la gestión del negocio. Ya que son la imagen de la marca, sus comportamientos han de ser ejemplo de sus atributos y valores positivos. Esto del todo quiere decir que son los que representan la marca, los que son la marca.

Con todo esto concluimos que los profesionales son la imagen y la cara de cualquier empresa, para esto son ellos los que deben de sentir que la empresa es suya y estar comprometidos con ella al cien por ciento, para así tener el resultado que en conjunto todos buscan y pretenden lograr.