

## COMUNICACIÓN INTERNA EFECTIVA

### *La marca eres tú*

Crear una marca, generar con esta percepciones, emociones y opiniones; un posicionamiento, que se mantenga en la mente de las personas, ver los resultados en la retribución que recibe la marca gracias a la predisposición que genera el cliente. Para todo esto es indispensable la gestión adecuada y efectiva de la marca que aunado a lo anteriormente comentado se verá reflejado en la venta de esta.

Los profesionales en esta área, son el contacto directo con los clientes, proveedores, distribuidores, inversionistas, etc. Por lo tanto son ellos quienes deben de mantener la identificación emocional de la marca e involucrar a los empleados, hacerlos sentirse parte de ella, hacerla suya también, todo esto para lograr tocar otros públicos y los comunicadores internos de la empresa deben de implementar ciertos lineamientos para lograr esto:

1. Crear orgullo de pertenencia, fomentar ilusión y entusiasmo.
2. Generar propuestas atractivas para conseguir atraer, motivar y mantener el compromiso.
3. Que la cultura institucional sea motivadora y atractiva, para que los empleados tengan mayor empatía con ella.
4. La comunicación interna y externa deberá de manejarse a la par. La gestión de la marca involucra a marketing, recursos humanos y comunicación corporativa.
5. Fomentar los valores y principios de la marca, motivándolos para que la difundan.
6. Crear plataformas de comunicación virtual dentro de la empresa que les permitan interconectarse entre sí.
7. Invitar a que participen las redes sociales de la empresa.
8. Pedir y escuchar las opiniones de los empleados pues estos pueden contribuir a ver diferentes puntos de vista y nuevas estrategias de comunicación.
9. Crear campañas de comunicación dirigida a los empleados.
10. Reconocer y compensar a los empleados por su desempeño.

En conclusión, mantener a los empleados contentos, motivados será indispensable para que tu marca se proyecte!

Karen Siordia

LCC1976