

Actualmente las empresas y organizaciones han ido tomando conciencia de que la gestión comunicativa formal, correcta y positiva es de suma importancia para que se logre un entorno de empatía, agrado, flujo correcto de mensajes y sobre todo el logro de sus metas y objetivos.

A través de la buena comunicación de los integrantes de la organización se llega a acuerdos importantes que levantan a la empresa, satisfaciendo así todas sus necesidades, se evitan rumores que la podrían llevar a la quiebra, además se cuida la imagen e integridad de la empresa y de todos aquellos que la conforman.

Para crear una buena comunicación se deben tomar en cuenta varios aspectos y más si esta va dirigida a una cuestión empresarial, las personas que gestionan la comunicación deben saber que es tan importante la comunicación verbal y no verbal, ya que debes comunicar con tu cuerpo lo que dices con su boca, conectar bien esas dos partes para que tu mensaje llegue de manera positiva al receptor.

“Según estudios científicos el 93% de las percepciones que construimos se refieren a la comunicación no verbal”.

Otro aspecto importante que es la clave de una buena comunicación es la escucha, esta nos permite darnos cuenta de que lo que estamos haciendo y los mensajes que estamos transmitiendo son adecuados y están logrando una comunicación objetiva que permita el flujo de la empresa.

“La escucha implica disposición, apertura, participación y concentración que demuestre un claro interés por lo que nos dicen los públicos para dar paso a la oportuna y saludable conversación. Escuchar significa respeto, humildad, pone en evidencia al ser humano antes que al especialista y genera un espacio de gran valor para la organización”.

Para “hacer saber” hay que “saber hacer” y en este caso para poder solucionar los problemas comunicativos se debe escuchar sin prejuicios y con comprensión las necesidades de las personas que conforman la organización, detectar donde está el problema y crear un plan estratégico para detenerlo y desaparecerlo, para llegar al fin común de todos que es el crecimiento de la organización.

La forma de estructurar un mensaje, ordenar las ideas antes de una aparición en público es elemental, hay que repetir las para poder transmitir la esencia de lo que se quiere lograr.

Para hacerlo personal es necesario agregarle metáforas, ejemplos que ayudan a romper el hielo con la audiencia y así los mantienes interesados en tu discurso. Al momento de hablar podemos agregar inflexiones y debemos ser lo más claros posibles así como concisos.

“Media training” es un entrenamiento para voceros frente a una audiencia, ya sea en radio, televisión o una conferencia, nada de esto es fácil, como porta voz debes aprender diversas técnicas como la vestimenta, movimientos entre otros.

Cuando hablamos del documento de posicionamiento nos referimos a un instrumento de gran valor que contiene mensajes estructurados.

Hoy en día para las empresas es importante implementar estrategias para poder comunicar de manera correcta, saber a qué públicos van dirigidos y saber cuál es su meta.