

“EL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA EN LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES”

La comunicación corporativa representa un área de oportunidad actual y en desarrollo para las actividades de profesionales preparados en la creación, gestión y evaluación de mensajes internos y externos de las organizaciones.

Y desarrolla planes de trabajo para la empresa logrando tener un buen ambiente de trabajo, también busca que la empresa tanto dentro como fuera de la empresa tengan un buen trato entre empleados, así como con los clientes y proveedores para el mejor funcionamiento de la empresa. Por tanto, la comunicación corporativa, al buscar integrarse al esquema organizativo de dichas empresas, es rechazada o, en el mejor de los casos, adaptada "a medias".

Además, el valor actual que se le da a la comunicación, como parte fundamental para crear los mecanismos de organización y gestión de recursos dentro de las empresas e instituciones, se está convirtiendo en un área de oportunidad más relevante que los propios temas de comunicación.

La comunicación corporativa representa un área de oportunidad actual y en desarrollo para las actividades de profesionales preparados en la creación, gestión y evaluación de mensajes internos y externos de las organizaciones. Según Abeg, la comunicación tiene cuatro funciones dentro de la organización: regular, persuadir, informar e integrar". Por tanto, el uso de esta herramienta para las organizaciones conlleva la planeación de la estructura comunicativa interna, para dar paso a la creación y difusión de los flujos externos de comunicación.

Las empresas buscan que los clientes entren en confianza, y que se les dé un buen trato para que sigan consumiendo sus productos o servicios.

“La comunicación ha alcanzado un estatus de herramienta de gestión valiosa... ya no se trata de un mero conducto de información, sino que desempeñan el papel de asesores estratégicos de la gerencia”

Estos tres puntos me parecieron importantes para que las empresas funciones correctamente sabiendo llevar correctamente el area laboral del personal.

La comunicación corporativa tiene tres responsabilidades principales:

* La primera es desarrollar iniciativas dirigidas a estrechar el gap entre la imagen deseada y su imagen real.

* En segundo lugar, deben establecerse los puntos de partida comunes, para permitir a las organizaciones que desarrollen un perfil consecuente con "la empresa tras la marca".

* El tercer elemento es la organización de la comunicación: desarrollo e implementación de pautas para la coordinación de toda comunicación interna y externa, y control y regulación de la comunicación en la práctica.

“EL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA EN LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES”

En tiempos en que se piensa que comunicar es solo a través de los medios, las empresas están dejando de lado una de las formas más importantes y más tradicionales que son las relaciones interpersonales o también conocido como el “cara a cara”.

Los contenidos son algo secundario que puede intercambiarse como si se tratara de módulos; la preocupación central es la disponibilidad de medios y eventualmente, que no siempre, el “impacto” de los mismos, entendido como la capacidad de cada medio para captar la atención de los receptores.

Conclusión:

La comunicación es una de las más importantes ya que esta se ha convertido en una de las más importantes para poder lograr un objetivo, ya sea por un sitio web o por medio de la comunicación interpersonal.

Es por eso que la comunicación corporativa se ha convertido en uno de los motores principales para las empresas buscando un bien común, como el trato con los empleados, proveedores, pero principalmente con los clientes dando un buen trato de tu producto o servicio pero siempre haciéndolos sentir en un buen ambiente.

El ambiente de trabajo, así como los incentivos entre otras cosas como la confianza que les das a los empleados ayuda a que siempre este en armonía la