

Relaciones interpersonales en la comunicación corporativa

Indudablemente los medios de comunicación cada vez son menos capaces de generar cierto interés por parte del público, y esto podemos observarlo a través de los patrones de consumo.

Y esto puede deberse al constante bombardeo de información ya sea por parte de las redes sociales o los MMC como tal, además de la gran cantidad de competencia directa o indirecta por parte de las empresas.

En pocas palabras, la falta de contacto cara a cara entre empresa y mercado es cada día más notoria, y se resuelve de una manera más tecnológica por así llamarlo.

Un factor importante dentro de la empresa son los Recursos Humanos, ya que son aquellos que brindan atención personal tanto a los empleados como a personas externas de la empresa. Podría decirse que es la manera más directa de interactuar cara a cara por parte de la empresa.

Por otro lado, el cascadeo es un proceso de difusión de información que se lleva a cabo de manera descendente por medio de las jerarquías. Este proceso es realmente efectivo, ya que se tiene una comunicación más directa con los empleados, haciéndolos sentir parte de la empresa y realizando mejor su trabajo.

Un ejemplo claro de esto es Bancomer, ya que siempre se contó con el apoyo por parte de la dirección, garantizando su éxito.

Ahora bien para concluir, la comunicación dentro de una empresa es primordial, y a pesar de todos estos avances tecnológicos, como lo son las redes sociales, no se deben olvidar los medios convencionales como lo son el cara a cara, o bien alguna carta formal entre otras, para que el empleado no se sienta excluido de la empresa, al contrario se sienta como en casa y así facilitar su estadía dentro de la empresa, permitiendo así una retroalimentación inmediata para alcanzar las metas deseadas.

Comunicación Corporativa: Replantear para avanzar

La comunicación corporativa representa un gran desarrollo para las actividades por parte de los profesionales dentro de la empresa.

A partir del siglo pasado, la comunicación de empresas se tomaba como la forma de alcanzar las metas y objetivos que se pretendían cumplir dentro de la empresa,

Como es bien sabido, países en vías de desarrollo como lo es México no alcanzaron el mismo desarrollo en cuestión empresarial como lo es Europa, pero poco a poco fueron observando que la comunicación no solo sirve para lograr metas y objetivos, sino también para relacionarse con otras empresas de manera óptima.

Por lo que muchas empresas mexicanas buscaban la forma de incluir áreas específicas para cada trabajador de la empresa, pero se debía tener en mente que es un proceso laborioso y complicado.

Tiempo después, gracias a la comunicación organizacional, las empresas buscan herramientas, como lo es la comunicación interna, para que fluya la información y así cubrir todas las necesidades de la empresa. Ya que si hay una buena o mala comunicación, es la percepción que se tendrá sobre la empresa.

Desafortunadamente muchas empresas tienen miedo al riesgo (demanda del mercado, buen o mal servicio, etc.), por lo que se limitan solo a elementos tangibles o bien, brindar productos y servicios, solo se preocupan por servir al cliente y no porque todo en la organización marche bien.

La comunicación corporativa posee 3 responsabilidades principales:

- Desarrollar iniciativas para obtener una imagen real y no quedarse en la deseada.*
- Establecer puntos de partida para desarrollar un buen perfil*
- Desarrollo de implantación de ciertos pasos para llevar a cabo la comunicación interna y externa de manera óptima.*

Ahora bien para concluir, la comunicación corporativa es de suma importancia dentro de la empresa, ya que esta conlleva a que se tenga una buena o mala percepción de la misma, además si se tiene una buena comunicación entre los jefes, gerentes y empleados, se tendrá un mejor trato hacia el cliente, lo que te permitirá promover con mayor éxito tu producto o servicio.