

ACTIVIDAD 2

EL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA EN LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

La comunicación corporativa es un área donde hay oportunidades en creación, innovación y gestión de mensajes internos y externos para acrecentar la producción en la organización pero algo detiene a las organizaciones la mala cultura en comunicación, no se le da un valor aunque sea algo esencial.

No olvidemos que es muy importante comunicar de una manera personal "cara a cara" para que la comunicación sea más efectiva y fluida.

Por esas razones se tiene que fundamentar y respaldar la comunicación, habrá mayores oportunidades para comunicar externamente y así alcanzar metas para llegar a los objetivos previstos de la empresa, comunicar internamente de una manera interpersonal es importante ya que llega el mensaje claro y con un procesamiento adecuado.

Desafortunadamente empresas mexicanas se enfocan en comunicar a través de los medios y en general en comunicación no conocen ese mismo valor y no han tenido esa estructura en su organización para plantear y desarrollar cada estrategia o modificar contenidos en sus mensajes.

Esto hace que no conozcan su entorno, la comunicación es pilar en la organización para dar a conocer, organizar y estructurar un desarrollo en contenidos adecuados a su público y una adaptabilidad para cumplir objetivos.

Comunicación y sus cuatro funciones:

-REGULAR -PERSUADIR -INFORMAR - INTEGRAR

Asimismo la comunicación corporativa tiene tres responsabilidades:

1. Desarrollar iniciativas para estrechar el gap entre la imagen deseada y su imagen real.
2. Establecer los puntos de partida comunes, para permitir a las organizaciones que desarrollen un perfil consecuente con "la empresa tras la marca".
3. Organización de la comunicación: Desarrollo e implementación de pautas para la coordinación de toda la comunicación interna y externa, control y regulación de la comunicación en la práctica.

Después se desarrolla la identidad bien definida ya que es la base de todo proceso de comunicación efectiva.

Persuadir algún cliente para que identifique el comunicador le es útil.

El jefe tiene que tener una fuente de información confiable ya que él será el portavoz de una manera personal con el empleado al comunicar algún contenido de la organización.

En cuestiones importantes se tiene que tener consideración de hablar cara a cara, ya que es una necesidad para la organización que el empleado tenga interacción y espacio.

En sí la información en redes sociales no tiene mucho prestigio, a diferencia de la comunicación cara a cara, que permite la retroalimentación inmediata, favorece el sentido de participación y, en muchos casos contribuye a reforzar las posiciones de liderazgo del personal con mando en la organización.