

Los públicos de las Organizaciones

Del Público a los Públicos

Los públicos son la noción base de toda comunicación, tanto interna como externamente de las organizaciones en las áreas de RRPP, publicidad, etc.

Este concepto ayuda a entender mejor la forma como se comunican los diferentes medios y usuarios dentro y fuera de cualquier área que busquemos inspeccionar.

Teoría Situacional de los públicos

El público como un sistema estructurado cuyos miembros detectan el mismo problema, interactúan cara a cara o a través de canales y se comportan como si fueran un sólo organismo.

Todo lo anterior depende totalmente de cómo es el comportamiento dentro de la empresa u organización, dando como referencia al buen o mal trato que se le dé a los involucrados.

Relación: Fundamento de la Relación de los Públicos

La relación que se pueda generar dentro de los aspectos conocidos como redes de comunicación denota el hecho que las relaciones son parte fundamental en las relaciones generadas dentro de los públicos, tanto los cautivos como los que se encuentran a su alrededor generando así un ambiente más ameno.

Los públicos que se relacionan mejor con su entorno tienen a generar mejores resultados.

Interacción Entre los Individuos y la Organización: Status y Roles de Públicos

Dentro de las organizaciones se encuentran otras más pequeñas que las conforman.

Dentro de las organizaciones existen los status y roles que denotan los niveles de importancia (jerarquía) los cuales ayudan a organizar mejor los órdenes jerárquicos de éstas.

Pertenencia de Una Persona a Diferentes Públicos

Los individuos que integran las diferentes estructuras y sub estructuras de los públicos pueden también ser miembro de otros círculos de comunicación pudiendo presentar diferentes formas de pensar de acuerdo a las experiencias y acciones de cada uno de éstos.

Institucionalización de los Públicos

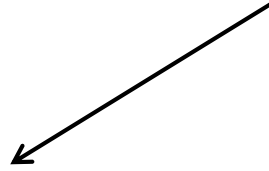
Cada uno de los miembros que integran los grupos sociales deben de estar relacionados tanto directa o indirectamente con la organización u organizaciones en las que participa dejando en claro que tiene una afiliación a éstas.

Vinculación Entre Miembros de un Público

Los individuos que ocupan un mismo status dentro de los públicos y desempeñan un mismo rol de público pueden, con un alto grado de probabilidad, llegar a establecer una relación entre ellos.

los individuos que se encuentran en diferentes niveles de status son más propensos a chocar las ideas y los pensamientos.

RESULTADO DE UN ANÁLISIS DE
BRANDING CORPORATIVO



BRANDING CORPORATIVO

Imagen Corporativa

- +Organización presente para los públicos.
- +Ocupar un espacio en la mente de las personas
- +Atraer inversionistas o conservar los que se tienen
- +Vender Mejor
- +Generar una identidad propia
- +Conseguir mejores trabajadores.

Identidad Corporativa

- +Símbolo
- +Logotipo
- +Tipografía usada
- +Diseño Gráfico
- +Material audiovisual
- +Material industrial
- +Recurso ambiental
- +Arquitectura
- +Misión
- +Visión
- +Valores

Conducta Corporativa

- +Pautas de comportamiento
- +Portarse y ser miembro de la organización
- +Los empleados reflejan la realidad de la empresa
- +Gestionar cómo se desenvolverán las conductas en todo nivel.

Comunicación Corporativa

- +Relación de la organización con su público.
- +Dar a conocer a la organización de una manera características y creativa.
- +Vincularse con varias entidades y/o públicos.

Estrada Domínguez Stephany – González González Henry Mike Henry