

FINALIDAD DEL PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

En toda organización es importante que la comunicación interna y externa sea un aspecto que se cuide y se mantenga en óptimas condiciones, puesto que está íntimamente ligada a toda actividad de la vida productiva de cualquier organización, así como a la productividad. Es satisfactorio ver cómo las organizaciones cada vez más dan mayor importancia a la comunicación dentro de sus estructuras organizacionales y esto permite crear y consolidar una imagen institucional que proporcione coherencia y certeza a todos los mensajes que se emiten, en especial los dirigidos al personal interno. Las organizaciones, independientemente del giro al cual se dedican, utilizan la comunicación para dar a conocer las actividades que desarrollan o los servicios que prestan con la finalidad de crear una imagen positiva en la sociedad para que opten por esta y sus servicios.

La comunicación se constituye en una herramienta estratégica que los funcionarios de las organizaciones no deben desconocer, debido a que es una herramienta operativa utilizada para optimizar la relación entre el personal y para lograr un posicionamiento de imagen por parte de la institución en el ámbito externo.

Antes de continuar, y al igual que en otros temas, nos interesa que todos tengamos la certeza de conocer el concepto del tema que abordamos, a continuación veamos lo que es un *“plan estratégico de comunicación organizacional”*.

Un plan de comunicación es un documento donde se incluye la forma en la que una empresa va a comunicarse con su público interno y externo y cuándo lo hará. En él se plasman de forma clara los objetivos de comunicación que se desean alcanzar. Además, también es importante que no falte un orden de las tareas y acciones que se realizarán.

Existen dos tipos de plan de comunicación según el público al que va dirigido, estos pueden ser interno o externo:

FINALIDAD DEL PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

- **Plan de comunicación interno:** está dirigido a los trabajadores (empleados/colaboradores). Consiste en las acciones que se llevan a cabo para favorecer el traspaso de información y conocimiento entre los trabajadores de la empresa. Esto con la intención de que la comunicación fluya en ambos sentidos y que dé como resultado buenas relaciones entre empresa y trabajador.
- **Plan de comunicación externa:** se dirige al público de interés (clientes, accionistas, proveedores, etc.). Su objetivo es mejorar la imagen de la marca. Está vinculado a las relaciones de la empresa con cada uno de los diferentes grupos de interés.

Como podemos observar, la comunicación interna y externa tienen una relación, ya sea a favor o en contra de la organización, ya que una buena comunicación interna favorece indirectamente la consecución de los objetivos de la comunicación externa. Los empleados son los mejores prescriptores de una marca.

Contar con un plan, tanto de comunicación interna como externa, aporta grandes beneficios para la empresa; a continuación, se mencionan algunos.

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNO

- Si los trabajadores se sienten parte de la empresa y tienen la percepción de que se les considera en la toma de decisiones y están a gusto, serán más productivos y eficientes.
- **Favorece el flujo de información** entre los trabajadores y la empresa, manteniéndolos al día de las novedades y cambios en la organización.
- Una buena relación y comunicación entre empresa- trabajador **genera fidelidad**. Y el resultado será que querrán seguir trabajando para la empresa y habrá menos rotación.
- **Mejora la eficiencia**, si los trabajadores están mejor informados y conectados entre ellos, trabajarán más a gusto tanto de forma individual como en equipo.

FINALIDAD DEL PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

- **Identificar el talento y potencial** de cada uno de los empleados, así mismo brindarles mejores oportunidades para su crecimiento personal y profesional.
- **Solicitar la opinión de los trabajadores** sobre la gestión de la marca y saber en qué puede mejorar. Ellos son quienes la conocen mejor y estarán dispuestos a dar su punto de vista.

PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNO

- Siempre será más fácil **proyectar una buena imagen** y fortalecer la marca si esta se trabaja desde dentro.
- Ayuda a conocer los recursos que se necesitan para cada acción y **reducir los costos** de la empresa, lo que dará como resultado un ahorro.
- Localizar los posibles errores y redireccionar de los objetivos.
- Conocer mejor a los clientes o posibles clientes mediante un estudio de la audiencia, lanzando un mensaje que vaya de acuerdo con los objetivos, lo cual contribuirá a incrementar la cuota de mercado y fidelizar a los clientes actuales.
- A la hora de poner en marcha acciones y teniendo conocimiento de lo que ha funcionado anteriormente y lo que no, esto ayuda a tener una guía y a **mejorar la eficacia de las estrategias**, ya que se podrá realizar un seguimiento y evaluación de estas.
- **Se generará visibilidad, ya sea que la decisión fuera poner en marcha una acción** para mejorar la reputación de la marca, o para generar más confianza de cara a nuevos clientes o para conseguir más tráfico en tu web, directa o indirectamente se generará visibilidad.

REFERENCIA:

Aljure, A. (2015). Plan estratégico de comunicación. Recuperado a partir de: http://reader.digitalbooks.pro/book/preview/42110/x01_portadeta-1/-?1592437118950

Guijarro, M. (2016). Qué es y cómo elaborar un plan de comunicación. Recuperado a partir de: <https://www.iebschool.com/blog/elaborar-plan-comunicacion-9-pasos-comunicacion-digital/>