

## Modelo de Gestión de Comunicaciones

### Comunicación Interna

Para realizar la comunicación interna, es importante analizar antes un Análisis DOFA, en el cual, se conozcan las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas, para así mismo, ejecutar un plan de comunicación efectivo

### Comunicación Externa

Para realizar este análisis es importante primero hacer un análisis del entorno para conocer los diferentes factores, económicos, políticos, sociales, entre otros que afectan a la empresa y también conocer cómo la competencia se comunica

### Definición de Objetivos Estratégicos con Metodología SMART

- Specific (específicos)
- Measurable (medibles)
- Achievable (alcanzables)
- Result-oriented (orientados a resultados)
- Time-limited (establecidos para un periodo de tiempo determinado)

### Objetivos de Comunicación Interna

- Organizar y mejorar el intercambio de información entre áreas.
- Promover el conocimiento de la gerencia y de los trabajadores.
- Generar una identidad corporativa
- Promover la participación interna

### Objetivos de Comunicación Externa

- Generar reconocimiento de marca
- Fomentar la comunicación con los clientes
- Generar contenido de valor
- Aumentar los canales para escuchar las necesidades del cliente

## Establecer público objetivo

- Trabajadores internos
- Direcciones – áreas gerenciales
- Stakeholder (Proveedores, socios, clientes internos)

- Segmento específico: nicho de mercado con datos demográficos, geográficos, psicográficos, etc
- Ejemplo: ¿Qué edad tiene? ¿A qué se dedica? ¿Es hombre o mujer? ¿Qué nivel de ingresos tiene? ¿Dónde reside? ¿Qué intereses tiene? ¿Qué hace en su tiempo libre?

## Establecer mensaje de acuerdo a cada público objetivo, con características como:

- Claro, conciso y directo
- Gramatical y ortográficamente perfecto
- Con un lenguaje adecuado al público objetivo (adaptado a su idioma, formal o informal)
- Tono adecuado al público objetivo. Ej. Motivacional, instructivo, etc.
- Mensaje con contenido acorde a las necesidades e intereses de tu público objetivo

## Definición de Presupuesto

Es necesario conocer con exactitud los recursos con los que contamos (materiales y no materiales):

- Partida económica a destinar
- Empleados y/o recursos humanos necesarios
- Formas de obtener los recursos para la ejecución del plan de comunicación, etc.

## Definición de canales

## Canales Internos

- Boletín interno
- Correo electrónico
- Comités

## Canales Externos

- Web
- Blog
- Redes sociales
- Radio y televisión
- Prensa escrita
- Revistas especializadas

## Implementación Plan de Acción

Aquí es importante crear un calendario en donde se especifiquen las acciones con fechas específicas. Aquí se puede usar herramientas como algún calendario como google calendar, teamwork o monday.

## Evaluación de resultados

**Por último, de nada sirve desarrollar todo lo anterior si al final no medimos resultados. Esta evaluación de resultados nos indicará si estamos cumpliendo objetivos o si, en caso contrario, debemos mejorar o cambiar algunas de las acciones llevadas a cabo para su cumplimiento.**