



VALU**E**XPERIENCE
social business consultancy

Comunicación interna, uso de internet y Redes Sociales Corporativas

LOS BENEFICIOS DE LA RED SOCIAL CORPORATIVA

BOLETÍN NÚMERO 3

La importancia de la comunicación interna

La comunicación interna es fundamental para que todos los miembros de una misma organización vayan en la misma dirección y se alcance el éxito común. Si la comunicación falla, lo mismo ocurrirá con todo lo demás.

TIPOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

- 1. Comunicación vertical ascendente:** se origina en los empleados y finaliza en los directivos. Permite que los superiores conozcan los problemas y/o ideas o sugerencias de sus empleados. Además, se consigue que los empleados se sientan escuchados y parte activa de la organización.
- 2. Comunicación vertical descentente:** se origina en los directivos y tiene su fin en los empleados. La finalidad es informar a los subordinados de los objetivos, valores, tareas, etc, de la empresa.
- 3. Comunicación horizontal:** se origina entre miembros de un mismo nivel jerárquico. Se da entre miembros de un mismo departamento (intradepartamental) o de distintos departamentos (interdepartamental) y es imprescindible para que la empresa funcione como un todo.

Cuando una organización alcanza un determinado tamaño, reunirse en persona para comunicar noticias recientes o acontecimientos es complicado y costoso.

Por ello, encontrar una herramienta que sirva para difundir la palabra y establecer un canal de comunicación continuo es fundamental para llevar el negocio hacia el crecimiento y un futuro próspero.

El uso de internet para comunicar

La tecnología avanza y contantemente aparecen nuevas herramientas virtuales que facilitan la gestión de personas y sus talentos, difusión de noticias e información, colaboración, etc. Actualmente, son muchas las empresas que están empezando a utilizar estas plataformas virtuales como una herramienta habitual en su día a día.

La mejor plataforma de intranet es aquella que puede crecer junto al propio panorama tecnológico, puede incorporar los nuevos avances y trabajar hacia la creación de la mejor experiencia posible del usuario.

Las llamadas "Redes Sociales Corporativas" son un ejemplo. Pueden ser utilizadas por todos los miembros de una organización, es una excelente herramienta para la comunicación

de toda la compañía y un canal de información funcional que se puede utilizar en cualquier momento del día o de la semana.

CUANDO COMUNIQUE POR INTERNET, TENGA EL CUENTA LOS SIGUIENTES FACTORES

- **Tipo de información:** se pueden comunicar diversos tipos de información mediante el uso de intranets, noticias del área, información sobre los proyectos, difundir valores empresariales, etc.
- **Diseño:** El diseño de la página de la intranet es muy importante, debe ser limpia, elegante y usable. Para acceder a los contenidos es recomendable que el usuario no realice más de dos "clics".
- **Puntualidad/Importancia:** No importa qué tipo de información se difunda mientras sea oportuna y pertinente, para garantizar su eficacia.
- **Calidad del contenido:** Mensajes de mala calidad es probable que sean pasados por alto, en cambio, mensajes bien contruidos e interesantes captarán la atención de sus empleados.
- **Consistencia:** Es clave en la difusión de información. Si se comunica sobre una base constante, los empleados saben qué esperar.

¿Por qué implantar una Red Social Corporativa?

Se obtienen resultados medibles mediante el uso de la "Red Social Corporativa". Aparte de ser un buen canal de comunicación interna, al ser una herramienta flexible, permite poner en práctica otros objetivos que se quieran alcanzar.

A continuación se detallan algunos de los beneficios de comunicación que se pueden lograr utilizando este tipo de plataforma de intranet:

- ⇒ **Mayor claridad y transparencia.** A menudo los empleados no tienen claro el mensaje que se les transmite y por lo tanto, sus acciones no van en la dirección adecuada. Especialmente cuando se quieren comunicar nuevas políticas o procedimientos, o cuando hay una falta de comunicación.
- ⇒ **Mayor compromiso de los empleados.** Los empleados que están informados sobre las nuevas noticias de la empresa

muestran más compromiso y se sienten parte de la organización.

- ⇒ **Feed-back ascendente.** Además de la comunicación descendente, también es un canal de comunicación ascendente. Se puede utilizar como una plataforma de discusión y es útil para obtener feed-back de los empleados, de esta manera se obtiene información constructiva que puede ser utilizada para mejorar la experiencia de todos y/o evitar problemas potenciales.
- ⇒ **Mejora de la cultura de la compañía.** Se puede establecer un canal para transmitir valores y cultura empresarial. La cultura de la compañía tiene un gran impacto en los empleados, pero también en los clientes.
- ⇒ **Ahorro de tiempo y dinero.** En una empresa grande, mantenerse comunicado con toda la organización para la distribución de información, implica mucho tiempo y dinero. La gestión de esta información por la red social es mucho más económica, rápida y eficiente.

Consejos para gestionar una Red Social Corporativa

Mediante la combinación de estas **8 pautas**, conseguirá optimizar la gestión de la Red Social Corporativa y una comunicación interna más efectiva:

1. **Analyze la situación actual.** Para avanzar primero es necesario ser consciente de la situación actual en la que se encuentra la empresa y preguntarse qué es lo que funciona, qué es lo que se debería mejorar y cómo vamos a realizar estas mejoras.
2. **Mejore el diseño, utilidad y accesibilidad.** El diseño y actualización de información en la intranet es de vital importancia, una fuente de información mal diseñada causará confusión en los empleados. La mejora del diseño, disposición, usabilidad y accesibilidad de la información en la plataforma es una de las tareas más importantes.

3. **Desgase de la información irrelevante.** Todo lo que no sea absolutamente necesario y relevante debe ser evitado, es conveniente pensar si la noticia que pretende difundir tendrá algún impacto.
4. **Dé voz a sus empleados.** No hay que pasar por alto los comentarios de los empleados y los miembros de la intranet, son de vital importancia. En muchas ocasiones, esta retroalimentación se dará de forma natural, otra veces se deberá pedir a los participantes su opinión.
5. **Cree noticias e informaciones atractivas.** Incluso la noticia más interesante puede convertirse en la más aburrida si no se utiliza el enfoque correcto al presentarla. El objetivo es romper con la monotonía del trabajo y captar la atención de los empleados con dicha información. La creación de información y/o noticias atractivas es una habilidad que requiere práctica.
6. **Mantenga la brevedad y claridad.** Mensajes largos pueden ser difíciles de leer para los empleados, por falta de tiempo. Encuentre el equilibrio para difundir la información de forma clara y concisa, sin ser demasiado corta ni demasiado larga y compleja.
7. **Designa gestores de noticias.** La intranet puede beneficiarse de la presencia de un gerente o director de alto nivel para el suministro de noticias, sin embargo, en muchas ocasiones estas personas no tienen el tiempo suficiente para dedicarse a este tipo de tareas, mediante un gestor de noticias que se centre en la distribución de noticias e informaciones a través de la intranet se puede descargar trabajo a altos directivos.
8. **Incluya información externa.** Aparte de la información interna de la compañía, no hay que dejar pasar por alto información externa. Por ejemplo, noticias sobre el sector de actividad, conferencias, eventos, etc, en definitiva, cualquier tipo de oportunidad de información que enriquezca a los empleados.

Conclusiones

Una buena comunicación interna es clave para el desarrollo y éxito en las organizaciones. La tendencia hacia un mundo más globalizado y las exigencias de renovación y cambio constante que domina el mundo empresarial hoy día, pone de relieve la necesidad de implementar nuevas herramientas virtuales para que el comunicado de información importante llegue a toda la organización.

Herramientas como las **"Redes Sociales Corporativas"** permiten crear un canal de información funcional, flexible y aplicable en todos los niveles de la compañía. Este tipo de herramientas, aparte de proporcionar soluciones de comunicación como ahorro de tiempo y dinero en la difusión de noticias, mayor claridad y transparencia, mayor participación y compromiso por parte de los empleados o la consolidación de la cultura empresarial, también puede proporcionar otro tipo de soluciones, como por ejemplo la innovación sistemática o la formación de los empleados.

Por lo tanto, este tipo de herramientas es una alternativa realmente eficaz para mejorar la comunicación en su empresa, además de proporcionar una vía de comunicación para establecer todo tipo de dinámicas de colaboración, innovación y mejora continua como metodología para llevar a cabo los diferentes objetivos, que como empresa, se proponga.

Comunicación interna, uso de internet y Redes Sociales Corporativas

Para más información contacta con nosotros:
info@valuexperience.com
VALUEXPERIENCE S.L.