



**Guía Nº8 Classroom Atención de Clientes Nivel: III medio B y C**

Nombre:..... Fecha desde: 02 a 13 de noviembre 2020

OA: Atender Clientes internos y externos de la empresa, de acuerdo a sus necesidades y demandas, aplicando técnicas de relaciones públicas, de comunicación oral y escrita, en forma presencial o a distancia, vía teléfono, correo electrónico u otro medio.

Unidad 1 **Contenido: Comunicación Interna /Plan de Comunicación interna Parte I**

**Activación del pensamiento:**

El plan de comunicación interna de una empresa es fundamental para su crecimiento. Muchas veces se ha repetido que el cliente es lo más importante, ¿pero qué ocurre con tus empleados? Los empleados son una parte indispensable de tu negocio. De ellos depende que tu producto o servicio tenga la calidad que deseas.

**CÓMO HACER UN PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA**

El plan de comunicación interna para una empresa es el documento a través del cual se determinan los objetivos a corto, medio y largo plazo del departamento. En él se recogen elementos como el público objetivo, las estrategias que se llevarán a cabo, la planificación de las acciones, etc.

A continuación te detallaré los pasos que debes seguir para poder realizar un plan completo. Por supuesto, todos estos pasos dependerán del tipo de negocio que tengas y los objetivos que te hayas marcado. Sin embargo espero que sirva para que tengas una visión general de lo indispensable para hacer un plan de comunicación interna.

**ANÁLISIS**

Lo primero de todo es realizar un análisis. Sin tener un conocimiento lo más completo posible de todo lo que rodea a tu negocio, no podremos determinar unos objetivos y una hoja de ruta que seguir para conseguir el éxito. A pesar de que estemos hablando de comunicación interna, tener en cuenta factores externos es determinante para la consecución de un plan completo. Es por eso que en esta fase de análisis prestaremos atención a todos los detalles internos y externos del negocio.

Uno de los métodos más sencillos para poder desempeñar este análisis es realizar un análisis **DAFO**: un mapa a través del cual somos capaces de establecer las **debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades** de nuestro negocio.

**Análisis DAFO**

Aplicándolo a la comunicación interna observamos lo siguiente:

**En las debilidades** nos centraremos en aspectos negativos, como las carencias que tengamos y aquellos aspectos percibidos negativamente por el empleado. Por **ejemplo**, debemos ver si estamos aprovechando todo aquello que está en nuestra mano para conseguir nuestros objetivos



o si hay algo que nuestra competencia haga mejor. Este punto es vital, pues nos permite identificar qué hacemos mal para poder corregirlo y mejorar.

**En las amenazas** hemos de estar atentos a diversos factores, tanto externos como internos, que puedan suponer un problema en el futuro. Al identificarlos, seremos capaces de crear una estrategia con la que estaremos preparados para enfrentarnos a esas amenazas. **Un ejemplo** puede ser los cambios generacionales que se van produciendo, que determina la forma de comunicarse y tratar con los empleados.

**Las fortalezas** pueden parecer fácilmente identificables, pero a veces uno no es consciente ni de sus mismas virtudes. Por eso nos debemos de valer de herramientas como las encuestas de clima, para saber aquello que nuestros empleados perciben positivamente de nosotros. Echar una mirada a otras empresas también será beneficioso, pues veremos aquello que nos hace destacar frente a nuestra competencia y nos hace únicos.

Cuando hablemos de **oportunidades**, debemos pensar en aquellos elementos que todavía podemos explotar para enriquecer nuestro futuro plan de comunicación interna y colocarnos a la vanguardia. Siempre hay aspectos infrutilizados en las empresas que pueden tener mayor trascendencia estratégica.

## **OBJETIVOS**

Una vez hemos realizado un análisis completo de nuestro negocio, a nivel externo e interno, pasamos a escoger los objetivos de la comunicación interna: los resultados en los que nos fijaremos para determinar el éxito de nuestro plan de comunicación interna.

Como ya he dicho, todo vendrá determinado por el análisis previo. Y es que no podemos elegir un objetivo sin saber qué queremos conseguir y a qué nos enfrentamos. A la hora de diseñar el plan debemos pensar en uno o dos objetivos principales y varios secundarios que complementen a los anteriores.

Por supuesto todo dependerá de lo ambicioso que sea tu plan, pero hay que destacar que diversificar recursos puede hacer que tu estrategia se debilite. Muchas veces, cuando tratamos de realizar muchas acciones, perdemos tiempo y dinero. Incluso hacemos que esas acciones sean más pobres, al no haber optimizado nuestros recursos en algunas acciones concretas.

### **Objetivos de la comunicación interna**

Algunos de los objetivos más comunes que nos podemos encontrar en un plan de comunicación interna son:

Potenciar el sentimiento de pertenencia por parte del empleado hacia la empresa o marca. Este objetivo será indispensable para la retención del talento dentro de nuestra compañía, además de para potenciar los valores de la cultura corporativa.

Conseguir que los trabajadores estén informados de todo aquello que sea indispensable para ellos o novedades relacionadas con la empresa y el sector. Con esto conseguimos evitar rumores que puedan hacer daño a la imagen del negocio por parte de los propios empleados, e incluso en el exterior.



Compartir los éxitos logrados por parte de la compañía, y hacerlos sentir parte de los mismos, para mejorar su implicación y satisfacción. Esto también puede servir para atraer talento a tu negocio, además de para cohesionar a los empleados.

Innovar en las estrategias y herramientas empleadas para conseguir mejores resultados y una comunicación adaptada a las necesidades.

Conseguir inputs es indispensable para conocer bien tu compañía y a sus trabajadores, algo que gracias a la comunicación interna se puede hacer.

**Síntesis:**

Un plan de comunicación interna no debe ser más que una guía. Por lo que si en algún momento te ves obligado a cambiar algo, trata de hacerlo de la mejor manera posible, que no afecte a los objetivos que te has marcado.

Actividad: De acuerdo a cada uno de los factores DAFO dado en la guía, extraiga el ejemplo que se cita y regístrelo en el recuadro. Sume además 1 ejemplo por cada factor que Ud. Consideré que contribuya a este análisis. (8 puntos total)

**Análisis DAFO Comunicación Interna**

<b>Factores internos</b>	Debilidades:	Fortalezas:
<b>Factores externos</b>	Amenazas:	Oportunidades:

**Registre de manera manuscrita. (Copie recuadro en el cuaderno y complételo). Si opta por copiar y pegar tendrá la mitad del puntaje asignado.**

Se solicita **tomar fotografías legibles** de las respuestas y enviar al correo del profesor (a) respectivo. Por favor identifíquese claramente con nombre, apellido y curso.

**Evaluación: Formativa**

**Tercero C** enviar a [monica.carrasco@colegiofernandodearagon.cl](mailto:monica.carrasco@colegiofernandodearagon.cl)

**Tercero B** enviar a [daniel.sepulveda@colegiofernandodearagon.cl](mailto:daniel.sepulveda@colegiofernandodearagon.cl)

**Plazo de envío: viernes 13 de noviembre de 2020**