

Comunicación Corporativa para el Mercadeo

Ponente: MSc. Mary Mennuto
Consultor Comunicaciones



La importancia de las palabras

Cuando nacemos nos ponen un nombre y poco a poco, a medida que crecemos nos van colocando adjetivos e insertando valores que serán los que en el futuro irán formando nuestra personalidad y **CREANDO NUESTRA IDENTIDAD.**



La importancia de las palabras

Es tan determinante esta creación en nuestras vidas, que si luego queremos cambiar algunos aspectos de nuestra personalidad o identidad, debemos ir RE – CREANDONOS (crearnos nuevamente), e ir adoptando estilos, características o adquiriendo nuevos valores.



La importancia de las palabras

¿Qué característica adquirió nueva y que ahora es parte de su personalidad?



Para ello necesitamos obviamente la EXPERIENCIA
que se va desarrollando a medida que nos
desenvolvemos en nuestro ENTORNO CULTURAL.

Entonces somos la suma de:

**Nombre + Personalidad + Valores + Identidad +
Cultura + Visión + Misión**
=
IMAGEN



Cuando conocemos a una persona nos creamos una **IMAGEN** de ella, de acuerdo a las percepciones (impresiones) que se generan en nuestra mente a partir de los mensajes que voluntaria o involuntariamente nos envía.

Buena parte de esa primera **IMPRESIÓN** depende de lo **QUE** dice la persona, **COMO** lo dice, **A QUIEN** se lo dice y si **SABE** lo que dice.



La IMAGEN puede ser Buena o Mala.
En este particular no existen los términos medios.
Nadie tiene una imagen ¿REGULAR?
Lo que si puede suceder, es que de acuerdo cómo
manejamos nuestra imagen y nuestra política de
comunicación pueda variar en el tiempo, para bien,
o para mal.



En la Empresa

Cuando tenemos una idea, generamos un proyecto, iniciamos un negocio, inauguramos nuestro primer establecimiento comercial o decidimos lanzar nuestra candidatura a alcalde, existe un CONCEPTO que primero fue CREADO en nuestra mente.

Desde ese momento ya existe una NUEVA REALIDAD, una creación, se genera un CONCEPTO a partir de algo que IMAGINAMOS.



En la Empresa

Lo que IMAGINAMOS (cuando tenemos una idea) si lo trabajamos bien, se convierte en una REALIDAD (que tiene imagen) y ésta realidad se MANIFIESTA para poder EXPRESAR constantemente su EXISTENCIA...

Para expresarse necesitamos la
COMUNICACIÓN TODA EMPRESA
TIENE VIDA PROPIA

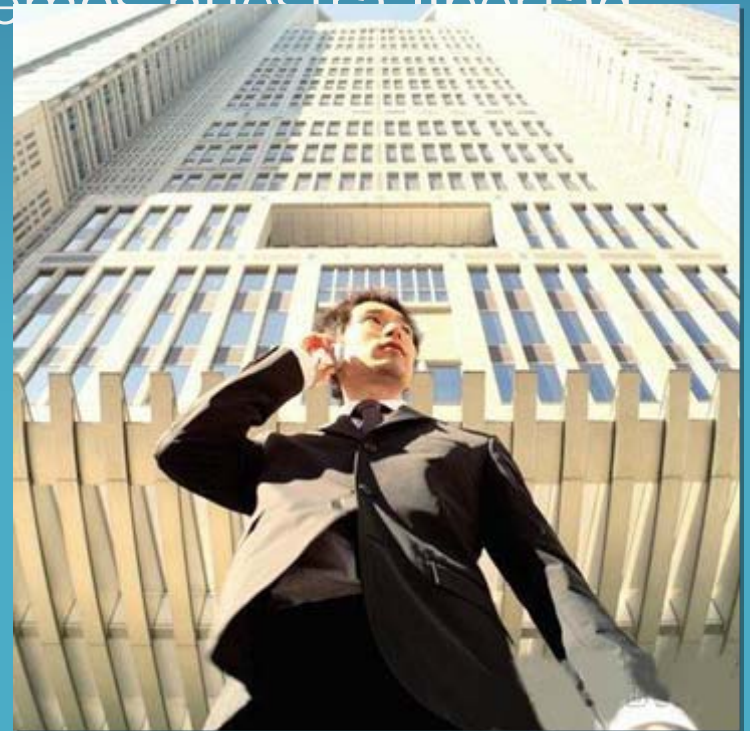


En la Empresa

Pequeñas, medianas, grandes empresas, de reciente creación o con larga trayectoria tienen que **MANIFESTARSE** para **EXPRESAR** su **EXISTENCIA**, es decir... **COMUNICARSE**

Todos vivimos, luchamos y defendemos nuestra libertad de **EXPRESARNOS**.

El ser humano desde los inicios de la civilización, buscó maneras de expresarse y gracias a esa necesidad humana, tenemos historia y trascendemos.



Llevemos eso a los negocios, a nuestros proyectos, a nuestro comercio, a la campaña electoral o a cualquier empresa personal y veremos la importancia que tiene la Comunicación como gran paraguas del Mercadeo, las Ventas y el Servicio.

“Si algo sucede y no se dice,
jamás existió”

Sólo así ocuparán un ESPACIO
en la mente de su público y fijarán
un POSICIONAMIENTO en
mercado.



Por lo tanto, antes de desarrollar estrategias de mercadeo o técnicas de venta y servicio, vamos a concentrarnos en responder:

Quién, Qué, Cuándo, Dónde, Cómo y Por Qué

Fórmula de Laswell



De estas preguntas y sus respuestas formemos
nuestros MENSAJES CLAVES

**Mensajes Clave que nos van ayudar a saber cómo
nunca olvidar lo más Importante al comunicar**



Uno de los elementos más importantes que garantizan el éxito empresarial que garantiza el éxito empresarial es:

Mensajes Claves

MODELAR

UNIFORMAR

STANDARIZAR

Para realmente posicionar a la MARCA e impactar en los MERCADOS, muchos de los procesos en las organizaciones se generan de manera ESPONTANEA, pero muchos también pueden y deben ser CREADOS Y PLANIFICADOS.



Ejemplos:

Empresa Automotriz

Mensajes Clave 1

Somos la empresa automotriz que trae al país la tecnología más innovadora del mercado y los más versátiles modelos de vehículos de pasajeros.

Mensaje Clave 2

Los diseños de nuestros vehículos se adaptan a las personalidades de nuestros clientes, tenemos un modelo para cada estilo.

Mensaje Clave 3

Contamos con talleres especializados y stock de repuestos que le garantizados en nuestros concesionarios.



Ejemplos:

Negocio de desayunos

Mensajes Clave 1

Somos el expendio de arepas con la mayor variedad de exquisitos rellenos de la ciudad.

Mensaje Clave 2

El sabor de nuestras comidas es exquisito porque únicamente usamos ingredientes de la más alta calidad.

Mensaje Clave 3

Contamos con servicio a domicilio desde las 7:00 a.m. hasta las 11:00 a.m. de lunes a domingo, en nuestras dos tiendas ubicadas en los centros comerciales de moda.



Ejemplos:

Empresa de consumo masivo

Mensajes Clave 1

alimentosanos.com es una empresa dedicada a la distribución de productos nutricionales cuyo contenido es totalmente natural, sin colorantes, preservativos, sabores u olores artificiales.

Mensaje Clave 2

Los productos están siempre disponibles pues se comercializan únicamente por nuestra página web y contamos con un sistema de distribución que le hace llegar su pedido en menos de 48 horas.

Mensaje Clave 3

Nuestros productos se entregan en envases cerrados al vacío para garantizar la calidad y frescura de cada alimento.



La Comunicación Corporativa tiene que ser dinámica, planificada y concreta, constituyéndose en una herramienta de dirección u orientación sinérgica, basada en una retroalimentación constante.

La Comunicación Corporativa marca la forma como una empresa se relaciona con sus públicos.

- Define a la empresa, la conceptualiza.
- Determina cómo va a presentarse.
- Cómo va a ser vista, percibida, conocida... igual que ocurre con las personas.
- Porque las organizaciones son SERES VIVIENTES.



Las políticas de Comunicación en una empresa, determinan su discurso, su lenguaje, sus mensajes, sus MANIFESTACIONES y generan una constante CREACION de su realidad.

Debemos comunicar nuestros mensajes claves a todos nuestros públicos, para eso debemos aprender a identificarlos:

Internos: directivos, empleados, accionistas, proveedores y contratistas.

Externos: Clientes, proveedores, vecinos de la comunidad, instituciones públicas, competidores y otros.



Debemos articular muy bien nuestra Comunicación Corporativa porque:

- Permite que mi empresa esté preparada ante las crisis.
- Convierte a todos mis públicos en vendedores de mi marca.
- Favorece la lealtad de mis clientes.
- Genera la fidelidad a mi marca.
- Me permite retroalimentarme con mis públicos y conocer sus percepciones.



- Genera empatía entre mis públicos y la empresa.
- Incrementa el compromiso de los empleados porque promueve el sentido de pertenencia.
- Facilita el re- lanzamiento cuando se dan las condiciones para un cambio de imagen o de nombre, una fusión con otra organización, un cambio de ramo del negocio o cuando sencillamente necesito posicionar nuevamente la marca.



Los mensajes claves de la comunicación corporativa pueden adaptarse a los diferentes escenarios y requerimientos de la empresa:

- Mensajes Claves para las ventas – Speech de ventas.
- Mensajes Claves para el servicio – Técnicas de atención al cliente.
- Mensajes Claves para momentos específicos: Promociones, Alianzas Eventos, otros.
- Mensajes Claves para las situaciones de Crisis.



Desde Mañana

Comience a incorporar la Comunicación Corporativa a su empresa.

Busque o forme a Coach de Comunicaciones en su organización. Visualice el o los medios que utilizará para comunicarse con sus públicos.



¡Gracias!



Consultoría, asesoría, coaching, adiestramiento en comunicaciones, mercadeo y ventas, medios institucionales, mercadeo y eventos gerenciales.

0241 8433224 / 0414 4957880