

## GUIA TEMÁTICA PARA LA ELABORACIÓN DEL INDICE DE UN MANUAL DE COMUNICACIÓN INTERNA

Este documento pretende ser una suma de ideas sobre las que se debe debatir para elaborar el índice del manual de Comunicación Interna. Este manual debería servir de referencia, apoyo y ayuda a la mejora de la Comunicación Interna en una organización, pero a la vez debe dejar un espacio abierto a la evolución que en un futuro experimenten herramientas, medios y soportes o estructuras organizativas, mercados y contextos en los que las empresas tengan que desarrollar su actividad.

Antes algunas consideraciones previas:

- Creo que sería bueno iniciar este manual con un análisis del estado actual de la Comunicación Interna en una selección de empresas grandes, medianas y pequeñas que además ayudaría a centrar la aplicación práctica de este manual, adecuándolo a las realidades y necesidades actuales.
- Creo también imprescindible que tanto para abordar la elaboración del manual como para analizar cualquier cuestión relevante relacionada con la Comunicación Interna, se necesita la concurrencia de al menos cuatro perfiles “no contaminados”:
  - Un Dircom con experiencia
  - Un Director de Recursos Humanos con experiencia
  - Un consultor de Comunicación Interna con experiencia en ambas funciones
  - Un experto en el mundo digital

## GUIA TEMATICA

### **El Paisaje de la Comunicación en la empresa**

- Un poco de antropología. El hombre un ser social por naturaleza que necesita comunicarse. Algunos aspectos psicológicos de la comunicación. La motivación, el orgullo de pertenencia, etc.
- Cuatro grupos de personas que interactúan en una empresa y las áreas que los gestionan
  - Propietarios – Consejo de Administración
  - Empleados (a cualquier nivel) – Recursos Humanos
  - Proveedores – Compras
  - Clientes – Ventas
- La Comunicación como intangible transversal y a la vez como herramienta estratégica que permite las relaciones entre todos los grupos para mejorar el desempeño empresarial y la reputación de la organización
- La comunicación Interna como garante del posicionamiento externo de una empresa

### **La Comunicación Interna en el corazón de la empresa**

- Comunicando a las personas. Comunicación y Recursos Humanos: un entendimiento necesario para el éxito de la Comunicación Interna
  - La función de Recursos Humanos
  - La organización de las personas en la compañía
  - La comunicación como una herramienta del liderazgo

- La Comunicación Interna: la disciplina dinamizadora de las relaciones entre los empleados, creando entornos colaborativos para optimizar los recursos de la empresa y contribuir a alcanzar los resultados

### **La organización de la Comunicación Interna**

- El qué y para qué de la Comunicación Interna
  - Objetivos y funciones de la Comunicación Interna
  - Principios de la Comunicación Interna
- El Departamento de Comunicación Interna
  - Ubicación contenidos y organización. En Comunicación o en Recursos Humanos.
- El perfil del director de Comunicación Interna en un entorno cambiante
  - ¿Se pueden definir unas competencias, conocimientos y experiencia básicas?
- La Cultura de la compañía como marco para el desarrollo de su Comunicación Interna
- Relaciones del Departamento de Comunicación Interna con el resto de los departamentos de la empresa

### **El diagnóstico sobre el estado de la Comunicación Interna en la empresa**

- La auditoría de Comunicación Interna
  - Criterios cuantitativos y cualitativos
  - El chequeo de los soportes escritos. Verificación de los valores y mensajes que se transmiten
  - El “audit” sobre el estado la comunicación interna
  - El “audit” sobre el “engagement” y conocimiento que los empleados tienen respecto a la compañía
  - El “audit” de necesidades informativas de los empleados por niveles y funciones
  - El chequeo y valoración de los distintos medios y soportes de comunicación utilizados.
- El análisis del clima como herramienta extraordinaria de comunicación ascendente
- El papel del consultor externo en el análisis, diseño e implantación de un sistema y plan de comunicación interna

### **Estructuración de la Comunicación Interna en la organización**

- La identificación de las audiencias, de sus necesidades y posibles aportaciones
- El sistema de Comunicación Interna
  - El documento marco de actuación. Diferencia entre Sistema y Plan
  - El ecosistema de la comunicación en la empresa
    - Comunicación ascendente
    - Comunicación descendente
    - Comunicación horizontal
  - Los canales
  - Los medios y soportes (verbales, escritos, audiovisuales, digitales, sociales, etc.)
  - La circulación de la información
    - Emisores, receptores, periodicidad, contenido... (quién dice qué, cómo porque canal, cuándo, con qué periodicidad, con qué intención y cómo verificar el impacto producido)

- El plan de Comunicación Interna
  - El plan estratégico de empresa, el plan estratégico de comunicación general y el plan estratégico de comunicación interna
  - Los mensajes
  - Los valores
  - Organización de su difusión y feedback mediante un “tableau de bord”
- El rumor
- La figura del corresponsal interno
- El papel del mando intermedio como “relé” de la Comunicación Interna. Aspectos corporativos y aspectos operativos.
- La formación y sensibilización del mando para que asuma y maneje su rol como comunicador

### **Hacia una visión práctica de la comunicación Interna**

- Casos de éxito en la organización de la Comunicación Interna de una empresa (aquí habría que fijar los criterios principales: tamaño, internacionalización, dispersión de la plantilla, ... a priori indicamos los clásicos en función de tamaño)
  - Pequeña empresa
  - Mediana empresa
  - Gran empresa
- El impacto de la digitalización en la Comunicación Interna y en las relaciones sociales de los empleados.
- Habilidades de comunicación del ser humano y claves de las relaciones interpersonales
- Fichas prácticas que recojan situaciones que se dan de forma habitual en la empresa y como deben abordarse
- Fichas prácticas que sirvan de guía para poner en marcha un nuevo medio/soporte de Comunicación Interna
- Requisitos para comunicar eficazmente en la empresa