

VULL TREBALLAR LA COMUNICACIÓ INTERNA. COM?



La comunicació interna se centra en el capital humà. És un procés comunicacional on s'integren totes les persones que formen l'empresa, tant els dirigents (gerents, directors/res, etc.) com la resta de treballadors/res.

El principal objectiu de la comunicació interna és implicar en el projecte empresarial tots els membres de l'organització. Es tracta de crear un clima de treball cordial i de confiança, la qual cosa comportarà menys conflictes, menys absentisme laboral, més creativitat i propostes, etc. Amb altres paraules, permetrà que tots i cadascun dels que formen part de l'organització treballin més a gust i se sentin implicats i motivats en el projecte empresarial, de manera que els seus objectius i els de l'empresa estiguin interrelacionats.

■ Punts bàsics per a una comunicació interna eficaç

- És fonamental que la **comunicació interna es lideri des de la direcció**, i es vetlli per aconseguir-la amb èxit. El millor indicador serà el moment en què el fet comunicatiu intern formi part de la cultura empresarial, o sigui, que l'àmplia comunicació interna sigui totalment normal a l'empresa.
- La comunicació interna no és un procés amb una única direcció; és la participació de tots els membres que formen l'organització, i vol aconseguir satisfer la necessitat de tots creant un bon clima. Per això, en les estratègies i accions de comunicació interna és molt important el **feedback o retroalimentació** que es produeix entre tots els membres.
- Una comunicació interna poc cuidada genera moltes pèrdues. Sovint els diferents departaments d'una mateixa empresa desconeixen el que estan fent uns i altres. Malgrat això, cada vegada els directius de les petites i mitjanes empreses són més conscients de la necessitat de crear un **bon canal de comunicació entre els treballadors**, establint una **bona estructura i un procés documental de la informació** que circuli per l'empresa.
- A banda d'optimitzar la circulació d'informació descendent i ascendent dins de l'organització, cal desenvolupar un **bon sistema de gestió documental perquè el coneixement no es perdi**.



■ Per on començar?

Si la teva empresa no ha vetllat mai per la comunicació interna, i vols iniciar-te en aquest àmbit, o senzillament vols revisar els processos de la teva empresa per millorar-los, et proposem que segueixis els següents punts:

- Determinar les necessitats internes i externes d'informació. Quina informació tenim i quina no tenim i necessitem per a un determinat públic?
- Desenvolupar la base informativa de l'empresa i garantir l'accessibilitat de la informació.
- Establir procediments de seguretat per a la informació.
- Formar i entrenar les persones de l'empresa en el maneig de la informació. Una correcta gestió de la comunicació interna i de la informació garantirà la qualitat i eficiència dels productes informatius de l'empresa, i produiran beneficis a l'organització.
- Pla de comunicació interna. Tenim l'estratègia definida? Estan organitzades les accions? Contemplem tots els treballadors i les seves necessitats informatives?

ESTRATÈGIES

- **Estratègia de contacte personal:** és un canal que no pot controlar-se, però alhora és altament influenciable. Consisteix a establir i transmetre directament i personalment la comunicació a través de qualsevol persona de l'organització.

És important que els nivells jeràrquics estiguin capacitats perquè el missatge no es distorsioni i per millorar les relacions interpersonals. És la més habitual a les microempreses, perquè la comunicació interna sol ser molt simple i efectiva.

- **Estratègia de canals de comunicació controlats:** la comunicació interna és responsabilitat del o dels departaments que manegin les comunicacions internes, de manera exclusiva. Amb caràcter general és més recomanable aquesta estratègia quan el departament/s encarregats de la comunicació interna estiguin plenament capacitats. Normalment es duu a terme des de gerència o recursos humans.
- **Estratègia de canals de comunicació massius:** la comunicació interna és responsabilitat del departament que maneja la imatge institucional de l'empresa. De manera exclusiva el missatge i les relacions internes són gestionats des d'un departament capacitat per a això. És habitual en mitjanes i grans empreses, amb un departament de comunicació propi.

EINES PER A LA GESTIÓ DE LA COMUNICACIÓ INTERNA

- **Manual de benvinguda.** Consisteix a crear una ambientació per a un nou membre en l'organització. S'expliquen tots els temes bàsics de l'empresa perquè el nouvingut pugui fer-se una idea del seu funcionament, la seva estructura, la seva cultura i la seva manera de funcionar.



És important fer-hi esment dels canals comunicatius dels quals disposa el treballador per conèixer més informació i per traslladar les seves opinions, propostes i queixes.

- **Revista interna.** Pot ser en paper o digital. Es tractaria d'una acció que respon a l'estratègia de comunicació massiva. És útil en mitjanes empreses, en què l'organització ja és molt complexa i es genera molta informació útil per als treballadors. Amb les TIC, han evolucionat cap a blogs, intranets i publicacions digitals.
- **Butlletins electrònics.** Una altra acció de comunicació massiva, però que arriba directament al correu electrònic corporatiu dels treballadors. Sol tenir una periodicitat més freqüent que la revista, i amb temes més actuals, no tan reflexius ni de profunditat com poden ser els de la revista.
- **Canal de comunicació corporatiu, intranet o portal de l'empleat.** Espai web amb clau d'accés i restringit als treballadors en què es pot trobar molta informació, estructurada per àrees.
- Cartes, circulars, memos, actes i altres documents.
- Correu electrònic.
- **SMS:** enviament de missatges de text a mòbils corporatius per comunicar notícies de màxima rellevància.
- Bústia de comunicacions, ubicades en espais comuns d'ús habitual entre els treballadors, perquè aquests puguin proposar suggeriments, comentaris, queixes o peticions d'informació.
- Taulons, fullets, pòsters, cartelleria, marxandatge.
- Sistema d'iniciatives o programes específics.
- Reunions amb dirigents, esmorzars amb el dirigent i els professionals de les diferents àrees de l'organització.
- Avaluacions i enquestes d'actitud.
- Esdeveniments interns: aniversaris i inauguracions, convencions, festa de Nadal, festa de fi d'any.
- Videoconferències.