



■ La comunicació amb els clients, funciona com sempre?

No. Actualment ens trobem amb un nou escenari de la comunicació, que supera el model inicial plantejat, on la forma de comunicar i transformar la informació ha esdevingut més complexa.

La globalització, Internet i sobretot la convergència de les tecnologies de la informàtica, les telecomunicacions i l'audiovisual han eliminat barreres en l'obtenció d'informació. Això ha alterat les relacions tradicionals entre l'emissor i el receptor.

**Empresa = emissor i client = receptor?
Avui, no sempre és així.**

En aquest sentit no només s'ha vist alterat el canal, sinó que amb aquests canvis també s'han vist alterades les dimensions tradicionals de temps i espai.

NOU PARADIGMA DE LA COMUNICACIÓ EMPRESARIAL

- Les relacions de poder han canviat: el client/consumidor està més informat, més connectat, té més coneixement per prendre les decisions de compra i és més exigent. A més, vol ser també emissor de comunicació amb l'empresa, no només receptor.
- La influència de les empreses a través de la publicitat ha minvat. El procés de compra ha evolucionat, i el consumidor té més eines per saber si allò que vol comprar o consumir val el preu que pagarà. Per conèixer el producte/servei i saber si val la pena,

prefereix les opinions d'altres consumidors, les recomanacions d'amics i familiars, i dels coneguts de les seves xarxes socials.

- Es tendeix cap a una comunicació més participativa, on hi ha diversos emissors i receptors que es van intercanviant aquests rols.
- Les empreses i marques pateixen certa desorientació per aquest canvi: ja no són el centre de la comunicació, ni de l'interès del client/consumidor.

■ Què és recomanable?

- Cal fer evolucionar la nostra comunicació empresarial per adaptar-se a la bidireccionalitat: establir canals perquè el receptor pugui emetre també la seva resposta i, per tant, convertir-se en emissor. Més encara, cal anar cap a la multidireccionalitat: diferents persones poden comunicar-se simultàniament.
- Cal implementar un estil assertiu de comunicació: efectiva, que sàpiga escoltar, que consideri els altres, que aclareixi i estableixi observacions, no crítiques, decisiva i proactiva.
- Cal analitzar si hi ha barreres que obstaculitzin la comunicació entre els diferents públics i l'empresa. Accessibilitat del web i altres suports, implementació de valors propis o percepcions que malmeten les relacions, símbols o paraules que tenen diferent significat per a cada persona en funció de la seva edat, cultura...