Comunicación interna: claves para un plan exitoso es una guía práctica que brinda herramientas para trabajar metodológicamente la intervención en las organizaciones.

Reúne conceptos claves partiendo del nivel más elemental en el desarrollo de la planificación de las comunicaciones internas y avanza hasta alcanzar el máximo grado de planificación y puesta en marcha del proceso comunicacional.

Cabe mencionar que la comunicación interna es un ámbito en el que confluyen varias disciplinas: relaciones laborales, recursos humanos, relaciones públicas, ciencias de la comunicación y periodismo. Aunque ninguna de ellas logra abordar completamente el proceso sino que responde concretamente a acciones específicas.

Comunicación interna: claves para un plan exitoso conforma una serie de procedimientos interdisciplinarios para llevar adelante la estrategia general de la comunicación interna. A través de este compendio se brinda un panorama general pero simplificado de los conceptos desarrollados en materia de comunicación interna con el objetivo de que puedan orientar la práctica concreta en el ámbito de la organización.

Comunicación interna: claves para un plan exitoso está orientado a estudiantes, profesionales y personas que desean introducirse en la labor del responsable de comunicación interna, cubriendo en el campo de la comunicación empresarial una necesidad de los jóvenes profesionales que, animados por diversas teorías, desde la práctica deben sembrar y cosechar un sinnúmero de acciones comunicativas cuando intervienen en las organizaciones.

Con este espíritu, la editorial La Crujía junto a DIRCOM presenta una colección inédita de libros prácticos con el propósito de labrar el campo de la comunicación empresarial.

ÍNDICE

PREFACIO

Comunicación interna y competitividad 7

CAPÍTULO 1

Comunicación, cultura, identidad e imagen de la organización 9

Comunicación vs. Información 9

La comunicación organizacional 11

La comunicación como proceso cultural 14

Cultura, identidad e imagen corporativa 14

Hacia un concepto claro de comunicación interna 19

Áreas y disciplinas que intervienen en el ámbito de la comunicación interna 21

Rol del comunicador interno 23

CAPÍTULO 2

Conceptos claves de la comunicación interna 25

¿Qué es la comunicación interna? 25

La comunicación interna y la cohesión cultural 27

Quiénes y para qué utilizan la comunicación interna 29

El público interno 30

La instancia de recepción como prioridad 32

Clasificación y dirección de las CI 34

CAPÍTULO 3

Planificación de las comunicaciones internas 37

Cinco instancias necesarias 38

Señales de comunicación ineficiente 40

Requisitos para una CI efectiva 42
Instancia de Pre-Diagnóstico.
Una aproximación a la organización 43
Instancia de Diagnóstico 45
Diferentes grados de Diagnóstico 47
Instancia de Planificación 59
Instancia de Ejecución del plan 67
Instancia de Seguimiento. Monitoreo. 68
Algunas consideraciones 70

Capítulo 4
Mensajes clave 73
El carácter estratégico y funcional de los mensajes clave 73

Capítulo 5
Los canales de CI y su sinergia 85
Definiciones de canales de CI 91
La Red de facilitadotes. Un canal y un nexo importante 101
Cómo armar una Red de facilitadores 103
La sinergia de canales 107

Capítulo 6
Problemáticas habituales de CI 111

Capítulo 7
Claves para el éxito de un plan de CI 121

Los autores 123

Bibliografía 127