B&A e-news

Primavera 2009

Tenemos algo para decirte

Hay algo más importante que comunicar y desarrollar compromiso hacia la estrategia del negocio. La clave no sólo es darla a conocer sino que los colaboradores sepan cómo contribuir para hacerla realidad.

¿Por qué integrarlos a un proyecto más amplio?

En la actualidad toda organización competitiva reconoce que debe construir una comunidad que comparta un modo de pensar y de hacer las cosas que les permita moverse a todos en una misma dirección inspirados por una valiosa causa. La comunicación juega un papel fundamental para establecer conexiones entre cada parte de la organización...Y todo esto representa un enorme desafío.

Qué dicen los que saben - No toda comunicación contribuye por igual a los resultados

Un estudio de Watson Wyatt identificó nueve dimensiones de la comunicación directamente relacionadas con incrementos en el rendimiento para los accionistas. De las tres con mayor impacto: 7.3 % era atribuible a mejoras en la comunicación gerencial; 5% a establecer procesos de comunicación formal, y 4.8% a crear conexión entre las tareas que realizan los colaboradores y la estrategia de negocio. Estas nueve prácticas sólo contribuían al desempeño cuando se les daba un tratamiento integrado.

¿Qué podemos hacer?

- **Un buen lugar para comenzar es con el equipo directivo** para acordar y desarrollar el discurso que queremos que suba y baje por el ascensor, para establecer unos pocos principios guías y definir los comportamientos que nos conducirán a liderar a partir de la comunicación.
- **Luego la ronda con los niveles gerenciales y responsables.** Se trata de entrenarlos y equiparlos con materiales para que primero puedan entender la dirección del negocio y luego puedan transformar esa información árida en algo relevante e interesante para sus equipos.
- **En forma continua investigar las necesidades de información y preferencias de las audiencias** para saber qué comunicar, a quién y a través de qué medio. Establecer además criterios de evaluación y **desarrollar un Tablero de Comando** que permita visualizar los principales indicadores para monitorear su evolución y ajustar el desempeño.

línea·de·visión

[*line of sight*]

Significa que los empleados entienden el contexto global en el que se desenvuelve el negocio y visualizan cómo sus acciones contribuyen al logro de las metas de sus equipos y de toda la organización.

Las organizaciones que son efectivas articulando esta tarea cultivan una cultura en la que se intercambia y comparte información financiera, de los planes de negocio y las metas organizacionales en una base continua. | melcrum

B&A Estudio Barresi & Asociados
comunicación estratégica

Desde 1994 brindamos asesoramiento en planeamiento, ejecución y control de estrategias de comunicación orientadas al desarrollo de los negocios.

Nuestros tres ejes de trabajo son Research & Auditorías para estimar y medir la efectividad de la comunicación; Liderazgo & Comunicación para que quienes ocupan roles de conducción puedan liderar a partir de la comunicación; y Producción de Contenidos Editoriales dirigidos a segmentos diversos en multiformatos. En nuestro enfoque converge el pensamiento estratégico, la búsqueda de inteligencia y la creatividad. Buscamos mover la aguja a través de la comunicación consistente, persistente y difenciadora. Todo esto para generar una experiencia positiva en el trabajo donde las personas se sienten valoradas y pueden agregar valor.

Mariana Barresi, es M.A. de Boston University y doctoranda de la Universidad Austral. Se dedica a la consultoría, la docencia y la investigación. Publica artículos y dicta conferencias en ámbitos empresariales y académicos.

Contáctese con nosotros

+54 11 4813-6006 | +15 4927-6578 estudio@barresi.com.ar | contacto@barresi.com.ar