# COMUNICACIÓN EXTERNA

Comunicación Organizacional

# DEFINICIÓN

Se refiere al proceso mediante el cual una organización transmite información a personas o entidades fuera de la misma. Este tipo de comunicación es fundamental para establecer y mantener relaciones positivas con el entorno externo de la empresa.

A diferencia de la comunicación interna, que se centra en la interacción entre los miembros de la organización, la comunicación externa está orientada a influir en la percepción y el comportamiento de los públicos externos.

# CARACTERÍSTICAS

- **1. Mensaje uniforme y alineado:** Incluye el uso coherente de tono, lenguaje y estilo en todos los canales, alineado con los objetivos empresariales y plasmado en un manual de estilo.
- **2. Planificación estratégica:** Implica la existencia de un plan de comunicación que defina objetivos, audiencias, mensajes clave y acciones para fortalecer la imagen y reputación de la empresa.
- **3. Adaptación multicanal:** Reconoce la necesidad de adaptar los mensajes a diferentes plataformas y públicos (redes sociales, correo, medios tradicionales, etc.), utilizando canales diversos para mayor alcance.

# CARACTERÍSTICAS

- **4. Oportunidad, claridad y enfoque en la imagen:** Resalta la importancia de comunicar de forma clara y en el momento adecuado, promoviendo una imagen positiva, confianza y lealtad hacia la marca.
- **5. Gestión de la reputación:** La comunicación externa es clave para construir y proteger la reputación de la empresa, especialmente en momentos de crisis o controversia.
- **6. Relación con el público y escucha activa:** Incluye la interacción con distintos públicos externos (clientes, medios, comunidad, etc.) y la implementación de mecanismos de feedback para mejorar continuamente la estrategia comunicativa.

# BENEFICIOS

1. **Fortalecimiento de la imagen y reputación de la organización:** Una comunicación clara, coherente y bien gestionada proyecta una imagen positiva, lo que genera confianza, credibilidad y lealtad entre los públicos externos.
2. **Mejor relación con los públicos clave:** Permite establecer y mantener vínculos sólidos con clientes, medios, proveedores, comunidad y otros actores relevantes, lo que facilita el logro de objetivos estratégicos.
3. **Gestión eficaz de crisis y prevención de conflictos:** Una comunicación externa bien estructurada permite responder oportunamente a situaciones adversas, minimizando daños reputacionales y manteniendo la transparencia ante el público.

# TIPOS

- 1. **Comunicación externa operativa:** Este tipo de comunicación se lleva a cabo de manera ordinaria entre la empresa y los clientes, proveedores y administración pública. Permite que los procesos se lleven a cabo, que exista cooperación entre equipos, evitando confusiones al asignar responsables de las distintas áreas o tareas que se deben cumplir.
- 2. **Comunicación externa estratégica:** Es la comunicación que tiene por objetivo conseguir cierto tipo de información que ayude a la compañía a tener mayor alcance en el mercado. Es decir, lo que permite que una empresa obtenga datos para conocer mejor a su público, los comportamientos de los clientes y lo que hace su competencia.
- 3. **Comunicación externa de notoriedad:** Es la manera en que la compañía da a conocer sus fortalezas y los beneficios de sus productos y servicios para mejorar su imagen ante el público en general.

# COMPONENTES

- **Publicidad:** Es el conjunto de técnicas y estrategias comunicativas que, mediante el uso de medios masivos o personales, busca influir en el comportamiento del consumidor, creando necesidades y motivando la compra de productos o servicios.
- **Medios, soportes formas publicitarias:** Los medios son el camino para transmitir mensajes y pueden ser convencionales o no convencionales. los soportes son los vehículos dentro de los medios y las formas publicitarias son las distintas maneras de expresar un mensaje.

# COMPONENTES

- **Promoción:** Es una herramienta de comunicación externa que busca incrementar las ventas a corto plazo mediante incentivos dirigidos a consumidores, distribuidores o vendedores, como muestras, descuentos, concursos, premios o reconocimientos, aplicados en períodos limitados de tiempo.
- **Relaciones públicas (RRPP):** Son un conjunto de acciones estratégicas y planificadas que una organización realiza para mantener relaciones positivas con sus públicos de interés y fortalecer su imagen corporativa, a través de actividades como la relación con medios, el patrocinio o el apoyo a causas sociales.

# FUNCIONES

- **Mejora de la imagen corporativa:** Una comunicación externa efectiva ayuda a construir y mantener una imagen positiva de la empresa, lo cual es crucial para ganar la confianza y lealtad de los clientes y otros stakeholders.
- **Fortalecimiento de relaciones:** A través de una comunicación clara y coherente, las empresas pueden fortalecer sus relaciones con clientes, proveedores, socios comerciales y la comunidad, lo que puede conducir a colaboraciones y oportunidades de negocio beneficiosas.

# FUNCIONES

- **Gestión de crisis:** La comunicación externa es fundamental en la gestión de crisis. Permite a la empresa abordar rápidamente cualquier problema que pueda surgir, minimizando el impacto negativo y manteniendo la confianza del público.
- **Promoción y marketing:** La comunicación externa es una herramienta clave para la promoción de productos y servicios, permitiendo a las empresas llegar a nuevos clientes y mercados a través de campañas publicitarias, marketing de contenidos y otras estrategias.
- **Recolección de Feedback:** La interacción con el público externo permite a las empresas recoger valiosa retroalimentación que puede utilizarse para mejorar productos, servicios y procesos internos.

# COMUNICACIÓN EXTERNA EN LA ERA DIGITAL

En la era digital, la comunicación externa se ha vuelto más inmediata, interactiva y multicanal. Las organizaciones ya no solo emiten mensajes, sino que también dialogan con sus públicos a través de las nuevas tecnologías, lo que permite una respuesta rápida y una gestión constante del feedback. Además, la diversidad de formatos y herramientas permite personalizar los contenidos según el público objetivo.

Esta transformación también ha aumentado la visibilidad y el riesgo reputacional, lo que exige mayor transparencia, coherencia y responsabilidad ética. La integración con el marketing digital, el uso de analítica para segmentar audiencias y la necesidad de transmitir autenticidad han convertido la comunicación externa en un proceso estratégico clave para construir relaciones sólidas y mantener una imagen positiva en entornos altamente expuestos.

# INSTRUMENTOS TRADICIONALES

- **Publicidad en medios impresos:** como periódicos, revistas, folletos y volantes, que permiten difundir mensajes a un público amplio.
- **Relaciones públicas:** comprenden actividades como ruedas de prensa, eventos corporativos, ferias o patrocinios, utilizadas para mejorar la imagen institucional.
- **Medios audiovisuales:** como la radio y la televisión, así como el correo postal, usado para enviar cartas o invitaciones físicas.
- **Relaciones con medios de comunicación:** son esenciales para emitir comunicados y generar cobertura periodística.

# INSTRUMENTOS DIGITALES

- **Sitio web corporativo:** es una herramienta clave, ya que centraliza la información institucional y puede incluir blogs o salas de prensa digitales.
- **Redes sociales** permiten una comunicación directa, rápida y bidireccional con los públicos, mientras que el **email marketing** facilita el envío personalizado de boletines y promociones.
- **Publicidad digital** a través de buscadores o redes sociales permite segmentar audiencias con gran precisión.
- **Relaciones públicas digitales:** como el uso de influencers o la organización de webinars.
- **SEO y el marketing de contenidos:** ayudan a mejorar la visibilidad de la empresa en internet mediante la creación de contenido relevante.

# CASO: Share a coke

https://www.youtube.com/watch?v=rHlem6_PZao