



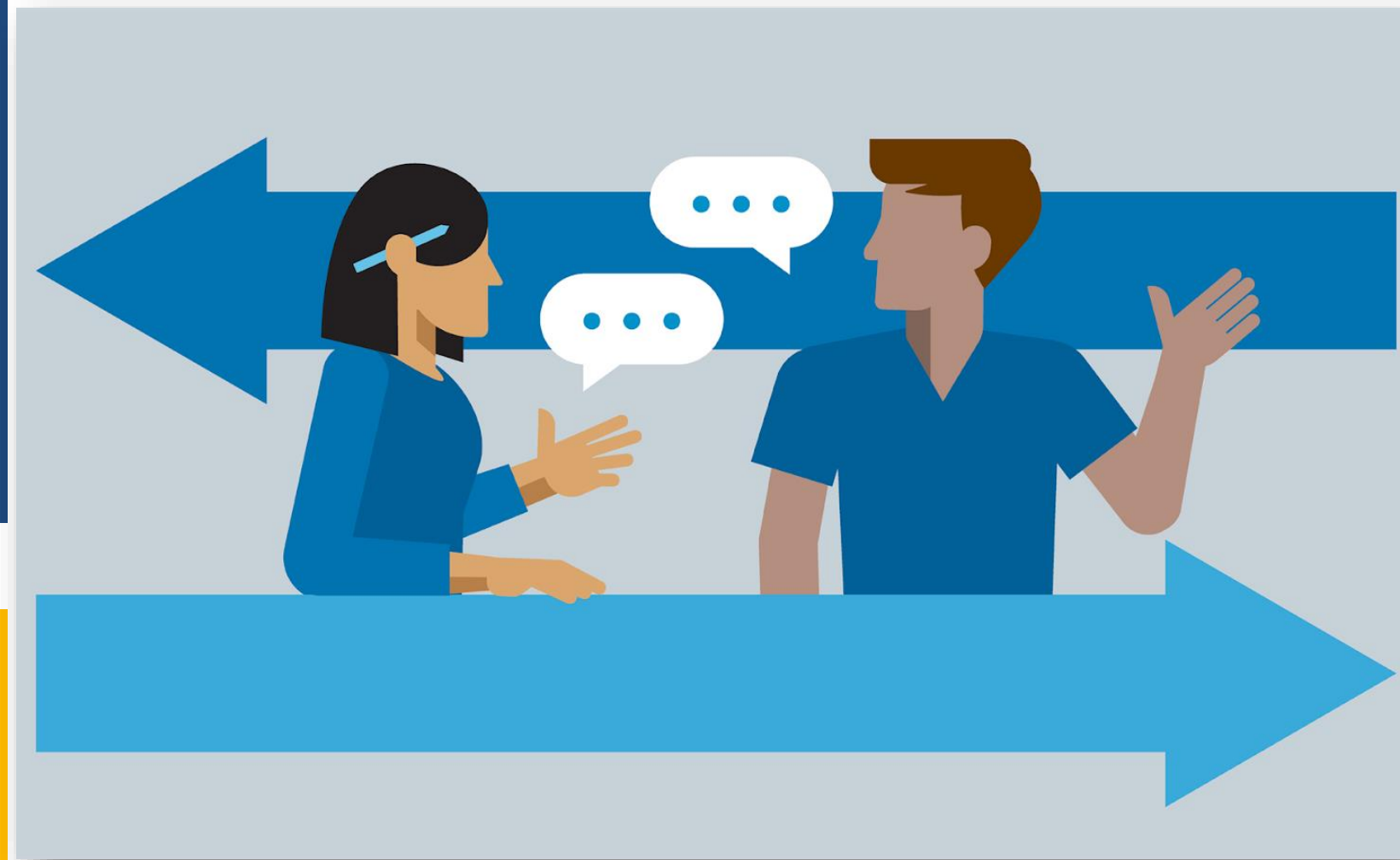
*DIVERSIDADE E
INCLUSÃO*

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL



A comunicação organizacional está presente em todas as empresas. Seja dentro do ambiente de trabalho ou até mesmo com fornecedores e clientes, ela é fundamental para o sucesso do negócio.

Uma boa comunicação garante um melhor alinhamento dos objetivos, bem como estimula o engajamento, interação e o comprometimento de toda a equipe com o seu trabalho.



COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

- O que é comunicação organizacional;
 - Objetivos;
 - Características;
 - Tipos;
 - Funções estratégicas;
- Canais de comunicação.

O QUE É COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Comunicação organizacional é um conjunto de atividades usadas por uma empresa para dialogar com os fornecedores, colaboradores, clientes e investidores de modo a alinhar expectativas e consolidar a imagem da marca no mercado.

Ela é fundamental para organizações de todos os portes.



objetivo da comunicação organizacional

O principal objetivo da comunicação organizacional é viabilizar a interação entre a empresa e seus colaboradores, bem como fornecedores, clientes, público-alvo e investidores.

Para atingir esse fim, são usadas ferramentas institucionais e mercadológicas.



objetivo da comunicação organizacional

Em outras palavras, a comunicação organizacional não se restringe apenas a comunicação interna e descendente, mas sim como um todo.

Internamente, o bom diálogo é feito de maneira descendente, ascendente e horizontalmente.



Características da comunicação organizacional



A comunicação é parte inerente da natureza humana. Todos nós nos comunicamos com colegas de trabalho, clientes, líderes e liderados. Portanto, a sua principal característica é zelar pela clareza e objetividade para garantir o bom funcionamento das instituições.

Características da comunicação organizacional



Ela precisa ser vista de forma estratégica por uma organização, auxiliando a empresa a atingir os seus objetivos, superando perspectivas e melhorando o desempenho das equipes.

Nesse sentido, o estudo científico da comunicação organizacional ajuda as organizações a se consolidarem no mercado, solidificando sua marca e relação com todos os stakeholders.

Tipos de comunicação organizacional

Como a comunicação organizacional é constituída por todas as formas de diálogo entre uma instituição e o seu público interno e externo, ela possui diversos tipos, como:

- institucional;
- mercadológica;
- administrativa;
- interna.



Tipos de comunicação organizacional



1 – Comunicação institucional

A comunicação institucional é voltada para melhorar a imagem da empresa frente à sociedade como um todo, o que inclui seus clientes, investidores, colaboradores, potenciais talentos e todos os demais interessados na marca.

É ela a responsável pela gestão estratégica das relações públicas, e pelas ações da assessoria de imprensa, marketing social, cultural, dentre outros. Em resumo, é por meio dela que a empresa cria sua identidade.

Tipos de comunicação organizacional



2 – Comunicação mercadológica

A comunicação mercadológica é aquela que possui o intuito de vender. Ela é usada para esclarecer os clientes sobre as principais características do produto, bem como os benefícios que ele traz.

Uma boa comunicação mercadológica ataca a dor do persona e mostra como o produto ou serviço são essenciais para sanar essa dor. Há inúmeras ferramentas usadas para auxiliar a comunicação mercadológica, como:

Tipos de comunicação organizacional



2 – Comunicação mercadológica

- publicidade comercial;
- serviço de apoio ao cliente;
- Plataforma CRM;
- promoção de vendas.

Atualmente as empresas conciliam a comunicação mercadológica com a institucional para mostrar responsabilidade social e apoio ao cliente.

Tipos de comunicação organizacional



3 – Comunicação administrativa

A comunicação administrativa alinha os objetivos da organização com todos os setores interessados. É ela quem viabiliza todo sistema organizacional através de uma similaridade de fluxos e redes.

Por exemplo, o colaborador saberá qual é a visão, missão e valores da empresa e compreenderá o que ela espera dele para atingir esses objetivos. É uma forma de alinhamento geral dentro da instituição.

Tipos de comunicação organizacional



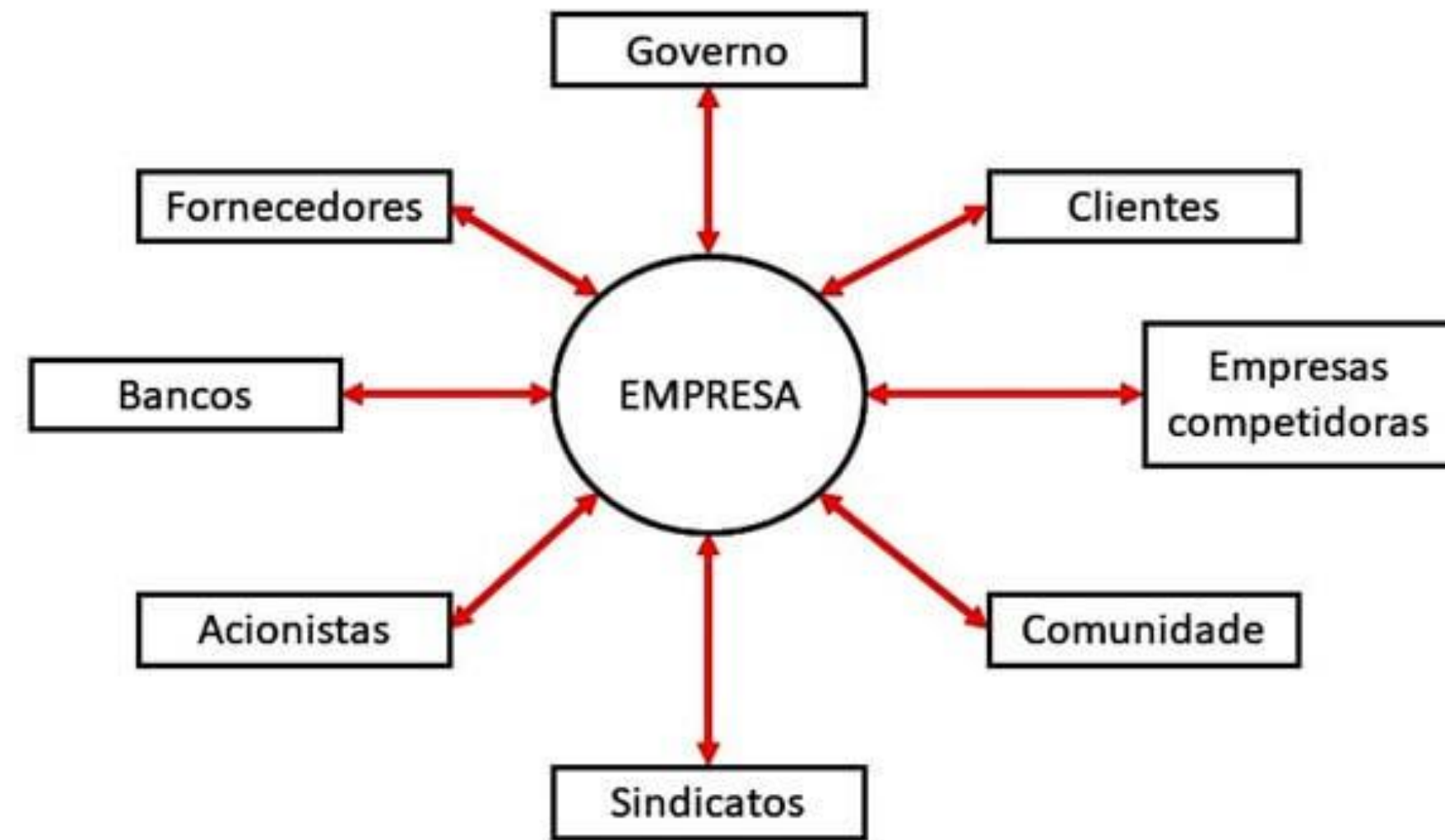
4 – Comunicação interna

A comunicação interna, ainda que seja confundida com a administrativa, tem suas peculiaridades. Ela viabiliza a interação entre a organização com seus colaboradores por meio de ferramentas institucionais.

A interação acontece em todas as direções. Digamos que o próprio conceito da comunicação interna já remete a uma via de mão dupla. Ou seja, ela é de conhecimento compartilhado.

Funções estratégicas da comunicação organizacional

A comunicação organizacional, conforme antecipamos, é uma ferramenta-chave para motivar os colaboradores, alinhar expectativas, atrair investidores e manter um bom relacionamento da empresa com o mercado.



Funções estratégicas da comunicação organizacional

Em vista disso, ela é um bom meio para engajar o colaborador com as prioridades da organização, além de deixá-lo ciente do que a empresa espera dele.

Dentre as funções estratégicas da comunicação organizacional estão:

- alinhamento de esforços;
- conscientização do papel do colaborador;
- fortalecimento da cultura organizacional;
- estímulo ao bom comportamento;
- desmascaração de boatos;
- incentivo ao engajamento;
- geração de resultados financeiros.

• Alinhamento de esforços

Uma das funções estratégicas da comunicação organizacional é o alinhamento de esforços. Ou seja, a empresa reforça constantemente os principais objetivos com todos os stakeholders.

Quando bem clara e objetiva, ela faz com que os colaboradores compreendam o que se espera deles, mantendo-os totalmente focados em uma mesma direção.



• Conscientização do papel do colaborador

A comunicação organizacional faz com que o colaborador veja como os seus esforços individuais contribuem para que a instituição atinja os seus objetivos.

Ele não vê o seu trabalho como algo mecânico e sem sentido, mas sim como um papel essencial para a empresa. E quando alguém vê a sua utilidade dentro de um contexto a tendência é sentir-se mais motivado.



• Conscientização do papel do colaborador

Fora que essa conscientização vai orientá-lo a executar o seu papel com uma perfeição maior.

Afinal, quanto melhor ele fizer, mais estará contribuindo com a empresa.



• Fortalecimento da cultura organizacional

Uma cultura organizacional forte é essencial para a empresa crescer no mercado. E ela compreende um conjunto de fatores, normas, políticas e valores.

Quando divulgada corretamente, os colaboradores entendem a essência do negócio e se colocam em sintonia com a missão e os princípios organizacionais.

O resultado é que a organização atinge os seus objetivos com mais facilidade e se fortalece dentro do seu nicho de mercado.



• Estímulo ao bom comportamento

Uma boa comunicação também estimula o bom comportamento, uma vez que os colaboradores veem coerência nas ações e decisões dos gestores.

Quando há muitos ruídos na comunicação fica difícil compreender o que a companhia espera de cada um, como ela recompensará o funcionário pelo bom trabalho desempenhado, dentre outros fatores que interferem na motivação de todos.



- **Desmascaração de boatos**

Existe um termo muito conhecido no mercado que chama “diz que me disse”. Ou seja, boatos que correm nos corredores de uma empresa. Eles podem levar muitos funcionários à desmotivação e ao descrédito.

No entanto, quando a comunicação organizacional é clara e objetiva, esses boatos, também chamados de Fake News, são desmascarados rapidamente. Vale dizer que para isso é preciso haver transparência na comunicação até mesmo entre os departamentos.

NÃO COMPARTILHE

FAKE NEWS

- **Incentivo ao engajamento**

Quando os funcionários estão mais engajados eles fazem propaganda positiva sobre o seu negócio. Até porque, o senso de pertencimento cresce substancialmente.

Uma pessoa quando se vê acolhida em um meio social se torna mais engajada e participativa, diferente de quando ela se vê excluída. Nesse segundo caso, ela fica mais reclusa e menos comunicativa.



- **Incentivo ao engajamento**

Portanto, quando a comunicação é transparente, todos sabem o que a empresa espera, aonde quer chegar e, como consequência, tornam-se mais participativos.



• Geração de resultados financeiros

Quando uma organização possui uma comunicação altamente eficiente ela se valoriza frente ao mercado. Isso quer dizer que mais investidores são atraídos para o negócio, o que melhora os resultados financeiros.

Até porque há mais capital para investir em novas tecnologias que ampliam a produção, diminuem o tempo de confecção de um produto. Enfim, fatores que impactam diretamente o lucro do negócio.



A escolha dos canais de comunicação



Um dos pontos que merece atenção na comunicação organizacional é a escolha dos canais. E isso tanto internamente quanto externamente.

Comunicação para o público externo

Quando falamos sobre a comunicação com o público externo, ela pode acontecer por meio de inúmeros canais como:

- sites;
- redes sociais;
- mensageiros;
- mídias tradicionais;
- serviço de apoio ao cliente.



Comunicação para o público externo

Quanto mais canais estiverem disponíveis para que o cliente, fornecedor e investidor se relacionem com a empresa, melhor.

Inclusive, muito se fala hoje sobre o omnichannel, que é a integração de todos esses canais para que a conversa não comece em um canal e volte à estaca zero caso o cliente queira se comunicar por outro canal.



Comunicação para o público interno

A comunicação com o público interno exige ferramentas distintas. Nesse caso os gestores precisam estar antenados às novidades tecnológicas disponíveis no mercado.

Afinal, a tecnologia colabora para que a informação corra em todos os sentidos, ou seja, vertical e horizontalmente, evitando ruídos no meio do caminho.

A clareza e objetividade são fundamentais para que todos compreendam o que precisam fazer, as metas que devem cumprir e outros aspectos necessários para a atuação no mercado.

Bibliografia

<https://www.siteware.com.br/comunicacao/comunicacao-organizacional/#:~:text=organizar%20uma%20reuni%C3%A3o-,0%20que%20%C3%A9%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20organizacional%3F,organiza%C3%A7%C3%B5es%20de%20todos%20os%20portes.>

www.nurap.org.br



*DIVERSIDADE E
INCLUSÃO*

