Comunicação Corporativa - Um dos caminhos para o sucesso ou fracasso Empresarial

Paulo Roberto Kendzerski

Uma Comunicação Corporativa eficiente pode mudar o rumo de uma empresa. Pode transformar a empresa num grande sucesso de mercado ou pode acabar com uma empresa, mesmo que tenha bons produtos ou serviços.

Uma pesquisa do SEBRAE aponta que apenas 0,03% das micro e pequenas empresas investem em Comunicação no Brasil. Este dado impressionante nos mostra o grau de despreparo das empresas. Muitas nascem da vontade de empreender de uma pessoa ou mesmo da necessidade momentânea, pois ao perder um emprego muitas vezes a única saída é investir no seu próprio negócio, devido as dificuldades impostas pelo mercado na hora da recolocação deste profissional.

E nestes casos falta conhecimento deste empreendedor que não basta ter um bom produto ou serviço. É necessário saber comunicar isto ao mercado. Na maioria das vezes o empresário acaba investindo somente em publicidade por não conhecer as inúmeras possibilidades que uma Comunicação Corporativa eficiente pode gerar.

Vamos abordar neste artigo como o uso da Comunicação Corporativa pode gerar inúmeros benefícios e o retorno que esta comunicação traz para as empresas com investimento reduzido. Principalmente, graças ao surgimento da Internet que aproximou os Mercados.

Uma boa Estratégia de Comunicação Corporativa pode, externamente, ajudar a posicionar a empresa junto aos seus potenciais clientes e, internamente, motivar os próprios colaboradores a uma ação mais produtiva. Toda vez que a empresa onde este colaborador trabalha é citada nos veículos de comunicação a sua satisfação é tão grande quanto do próprio empresário.

E esta satisfação resulta numa maior produtividade, pois todos gostam de trabalhar numa empresa que tem visibilidade no mercado e goza de um bom conceito.

Na pesquisa citada acima, foi identificado que existem vários mitos que impedem os empresários de investir em Comunicação. Acreditar que a Comunicação é somente para as grandes empresas é o principal deles. E hoje, isto não é verdade, pois com a Internet pequenas empresas conseguem ter espaços nos veículos, independentemente se são grandes anunciantes ou não destes veículos. O que importa neste caso é se a Comunicação desta empresa irá trazer algo de novidade para o Mercado.

Na própria pesquisa constatou-se que uma empresa só será grande se souber utilizar a Comunicação Corporativa como aliada da sua Estratégia Empresarial.

Uma boa Comunicação pode ajudar a construir a reputação de uma empresa; a posicionar a "marca" na mente do consumidor; ajuda a agregar valor ao produto e ao negócio; ajuda a oferecer informações da empresa ao mercado e gera atitude favorável dos diversos segmentos de público para as iniciativas da empresa.

Dentro da Comunicação Corporativa, a empresa precisar ter em mente que ela só irá funcionar se atingir todo o seu público-alvo. A Comunicação Institucional, interna e a de Marketing são ações que necessitam estar integradas, visando manter a uniformidade. Muitas vezes observamos determinada empresa utilizar formas diferentes de comunicação, até com vários fornecedores. Isto acaba confundindo a mente do consumidor.

Ao optar por investir em Comunicação Corporativa, a empresa precisa definir quem será responsável pela produção desta comunicação. Qual será a freqüência desta comunicação, evitando que o mercado receba muita informação que pode ser importante mas se torna comum para estes veículos, tal o volume de "novidades" enviados aos veículos.

E principalmente de que forma a empresa irá medir o resultado desta Comunicação. É importante saber qual o impacto que esta Comunicação está causando no mercado Seja impacto negativo, positivo e/ou neutro.

Importante ressaltar que muitas vezes, notícias do seu segmento, como pesquisas de mercado, eventos, artigos, lançamento de produtos inovadores, poderá gerar uma exposição tão grande que o retorno será muitas vezes superiores a publicidade que a empresa costuma utilizar com grandes investimentos. E para alcançar este sucesso, basta a empresa "saber" utilizar de forma correta esta Comunicação.

A própria exposição da empresa, não como anunciante, mas como fornecedora de informações do seu mercado, acaba gerando um retorno fantástico num mundo cada mais cercado de Marcas e produtos muito parecidos e com as grandes empresas utilizando a Publicidade para se fortalecer no Mercado.

E para concorrer neste mercado é necessário não só ser inovador e eficiente. É necessário saber se Comunicar...

Fonte: Wbibrasil.com.br - acesso em 13/5/2005