

Tecnología y comunicación para empresas

Santiago Lapeña de Bit and You, nos descubre las herramientas de comunicación que influyen en la Comunicación de las empresas.

En los últimos años hemos visto un crecimiento exponencial en el uso y la implantación de sistemas y tecnologías que mejoran la gestión de la información tanto dentro de las empresas, como a lo largo del canal de suministro, ya sea contacto con los proveedores y los clientes.

La aplicación de las **nuevas tecnologías permite simplificar las funciones rutinarias** y dedicarles menos tiempo y esfuerzo, asimismo están modificando notablemente la forma en que empresas e instituciones interactúan con sus públicos.

Ha habido un cambio profundo a la hora de comunicar y comunicarte con los consumidores. En primer lugar hay una división clara entre lo que es la comunicación online (mediante instrumentos tecnológicos no tangibles como Internet, telecomunicaciones, nuevos soportes...) y offline (comunicaciones tradicionales como periódicos, vallas...). Antes, el emisor imponía el mensaje al consumidor, pero **actualmente** eso ha cambiado, y **es el**

consumidor el que tiene el poder de investigar, de buscar la información acerca del producto o servicio. Por lo que todas las empresas, ya sean grandes, PYMES o comercios, deberían llevar a cabo una estrategia digital, desarrollando diferentes herramientas tecnológicas.



Una buena herramienta para comunicarse con los clientes son los aplicativos, programas específicos donde la empresa puede desarrollar una serie de información para que el cliente lo tenga a su disposición, a través de soportes como pueden ser el móvil o los Tablet. Esto te permite estar conectado siempre con la empresa que te interesa y recibir una serie de noticias, eventos, etc. Pero para que esto funcione debe de haber una concienciación y una cultura online, que actualmente no se tiene por parte de directivos y empresarios.

Hay que ver **Internet** como un **marco de referencia por el que apostar en publicidad**, aunque como he comentado anteriormente, falta mucha concienciación social. El principal problema es que frente a las novedades las personas se frenan, pero hay que tener en cuenta que el potencial es muy grande. Para ello, hay que superar la principal barrera social frente a la comunicación por Internet considerado como algo muy frío, impersonal, que no acerca a las personas puesto que elimina el contacto personal. Todo ello es falso, porque el mensaje puede llegar a emocionar a los consumidores venga del canal que sea. Para ello se recurre a la **“estrategia emocional”** basada en **cautivar a tus clientes de forma que les involucres**, no solo por la venta de un producto, sino que el cliente sienta que es indispensable para la empresa y que va a tener un servicio o algo que le va ayudar.

Un ejemplo de éxito fue una campaña contra el hambre, que funcionó muy bien a nivel de Internet online, en la que salían dos niños de entre 5 o 6 años que llevaban dos platos de comida totalmente tapados, cuando levantaron la tapa uno tenía un sándwich y el otro tres guisantes. Este ejemplo lo repitieron con bastantes niños, y lo que hacían todos era compartir la comida, por lo que había una **involucración y un gesto humano**. Eso es lo que lleva emocionalmente a cautivar a las personas.

Hoy en día **la comunicación por Internet es la tendencia del futuro**, en cuestión de 5 años las empresas que no tengan preparadas sus propias páginas web para que funcionen en el móvil, se podrán cuestionar el seguir avanzando.

Hay que tener claros tus objetivos empresariales y luego ir de la mano de técnicos y creativos que te ayuden a utilizar las herramientas.

Santiago Lapeña

Bit and You