

Como desenvolver um plano de comunicação eficaz

Por [gabriela petrin costa](#)

A comunicação há muito tempo deixou de ser vista apenas como ferramenta de gestão e passou a ser considerada área estratégica nas organizações.

O principal desafio para os profissionais dessa área ou até mesmo para empreendedores que estão começando um novo negócio é conseguir desenvolver um plano eficaz.

Na hora de estabelecer suas prioridades e desenhar o seu processo, é importante trabalhar todas as frentes da comunicação:

- Comunicação interna – aquela que você desenvolve para os seus funcionários e retrata o que somos e como fazemos, ela está diretamente relacionada à cultura da organização e deve ser pautada e desenhada com base na missão, visão e valores do seu negócio;
- Comunicação institucional – aquela que você trabalha com o mercado, é mostrar quem você é das paredes da sua empresa para fora, podemos dizer que é a sua imagem, ou seja, como os seus stakeholders vão te enxergar, o importante aqui é trabalhar mídias espontâneas;
- Comunicação Mercadológica – aquela que você estabelece com o mercado, porém de forma a vender o seu produto/serviço, o foco dela são as ações de Propaganda e marketing;
- Comunicação integrada – é você trabalhar todas as frentes acima mencionadas, buscando sinergia e efetividade.

Um bom plano de comunicação trabalha a comunicação integrada, e a todo o momento coleta informações com as áreas de negócios e transforma essas informações em dados, que irão constituir a sua vantagem competitiva.

Por isso, na hora de desenvolver um projeto de comunicação, com ações e metas reúna os profissionais das mais diversas áreas, veja quais são os conjuntos de competências e habilidades que vocês possuem, depois, deixem que um profissional da área consolide as informações, estabeleça o discurso único e determine quais as ferramentas que serão utilizadas em cada frente. E não se esqueça, a transparência é a base da comunicação.