



¿Cómo afecta la comunicación a tu negocio? Aprovecha el momento

Descripción

¿Cómo afecta la comunicación a tu negocio? Actualmente, existe una gran saturación de negocios, independientemente del mercado en el que nos enfoquemos. Esta saturación de mercado perjudica a las empresas en gran medida, ya que se alcanza un punto en el que a las empresas les resulta prácticamente imposible incrementar la cantidad de total de productos que pueden vender y conseguir con esto estimular a que los usuarios consuman su producto o servicio.

Algunas de las causas que generan esta sobrecarga de ofertas en los clientes son el constante cambio en los ámbitos de compra de estos y las modas. Toda empresa que tenga como objetivo crecer debe tener en cuenta estos aspectos del consumidor e idear una serie de acciones, estrategias y herramientas que consigan beneficiarse de esta situación y así diferenciarse de las demás empresas competidoras a ojos del usuario o cliente.

Entre las estrategias que nosotros sugerimos se encuentran las de mantener una red de comunicación activa con el mercado y con el público objetivo de la empresa, con el objetivo de generar presencia de la empresa en la mente del público o mejorar la imagen que ya se tiene de la empresa.



Puede que te interese nuestro [curso gratis de Creación y Gestión de Microempresas](#) para conocer mejor como gestionar un negocio de éxito

¿Cómo conseguir que una empresa destaque entre el resto?

La publicidad se ha convertido en una herramienta necesaria para cualquier negocio, ya que, todas las empresas necesitan establecer un proceso de comunicación. Actualmente, para que una empresa exista para los clientes, debe tener presencia en internet, ya sea desde su propia página web, desde blogs, foros, o desde las propias redes sociales.

La gestión de la publicidad es el proceso con el que se coordinan e implantan todas las actividades comunicativas entre la actividad de la empresa y el mercado al que va dirigido, tratando de influir en las decisiones de compra de los consumidores, recopilar información en el proceso y favorecer su imagen corporativa.

Para llevar a cabo una estrategia de comunicación corporativa de forma exitosa es necesario que se cumplan dos requisitos: el mensaje que se quiere transmitir debe ser coherente y se debe centrar en los objetivos empresariales que se pretenden alcanzar.

Es importante para los negocios adaptar la estrategia de publicidad al producto o servicio que se pretende vender. La televisión, la radio, los periódicos, los carteles publicitarios, el boca a boca son canales de comunicación tradicionales que aún tienen gran influencia y consiguen llegar a muchos segmentos de la población. Sin embargo, gracias a los nuevos avances, las empresas apuestan por soportes más globales, como es la publicidad online. Este tipo de publicidad es más económico, consigue llegar a más personas, perdura en el tiempo, no tiene límite geográfico, y se consigue adaptar a la actual sociedad globalizada.

Formación gratuita para mejorar la comunicación de tu negocio

Si estás pensando en cómo darle un lavado de cara a tu negocio y no sabes cómo aprovechar las herramientas que están a tu alcance, nosotros te damos las competencias necesarias para hacerlo. Te sugerimos realizar el [curso gratis de Gestión de la Publicidad y la Comunicación Corporativa](#) donde aprenderás los conceptos necesarios para entender el entorno de la comunicación que rodea a las empresas y a utilizar los instrumentos necesarios para llevar a cabo un plan de comunicación y una gestión de la publicidad.

Si te interesa conocer mejor algunas de las herramientas más efectivas en una estrategia de comunicación, te ofrecemos el [curso gratis de Creación de blogs y Redes sociales](#). Al acabar esta formación de calidad serás, capaz de crear y gestionar tanto las redes sociales como blogs de tu negocio.

La evolución de la comunicación en internet.

Internet es una plataforma con la que se ha conseguido mejorar la comunicación de forma global, permitiendo compartir e interactuar con elementos visuales de forma masiva. Las estrategias llevadas a cabo en internet no se conforman con ganar clics, sino que se busca construir una relación duradera con los usuarios y captar la atención de un potencial público.

Esto se puede apreciar en el marketing de contenidos, donde se pretende generar un contenido llamativo, y relevante, que le dé un mayor valor y generar una percepción positiva de la marca. Cada vez son más las empresas que utilizan este tipo de estrategias invirtiendo un alto presupuesto en contenido visual para diferenciarse y darle un mayor valor a la marca.

¿Cómo afecta la comunicación a tu negocio si tiene una mala publicidad?

Las redes sociales y los blogs son consideradas como un “arma de doble filo” debido a su buen uso puede ser beneficioso para la empresa, pero de igual manera, puede darse la situación contraria y perjudicar la imagen de la empresa. Por lo que afecta la comunicación a tu negocio de forma directa, por esto es necesario entender y comprender el funcionamiento, límites y capacidades de estas redes sociales antes de adaptar una estrategia.

Algunas de estas consecuencias negativas que puede asumir la empresa destacan las siguientes:

- **Pérdida de confianza:** A menudo la publicidad se usa para mostrar las capacidades de la marca, o resaltar las características del producto que ofrece. Sin embargo, en ocasiones esto juega una mala pasada, ya que esto genera unas mayores expectativas en los usuarios, llegando a ser exageradas, causando la decepción y la pérdida de confianza de los consumidores.

Recuperar la confianza no es tarea fácil y requiere de mucho tiempo y de no hacerlo puede extenderse el descontento mediante el boca a boca o por redes sociales.

- **Descenso de las ventas:** La publicidad tiene una relación directa con las ventas. La mala publicidad perjudica a la empresa a largo plazo atrayendo problemas como una disminución del

producto.

- Valor de la marca: El mal uso de la publicidad en un segmento de la actividad de la empresa, como puede ser un producto concreto, puede generar efectos nocivos para la marca en su conjunto, haciendo que los clientes ya solo no quieran consumir ese producto en concreto, Sino que eviten la marca en conjunto durante un tiempo.
- Percepción de la marca: Este concepto engloba los ideales y actitudes que los clientes tienen con respecto a la empresa y que se consigue a través de la comunicación corporativa. Cuando la percepción de marca es negativa, los consumidores se muestran reacios a la empresa y a sus productos o servicio. La mala publicidad también puede generar una mala percepción de marca, lo que puede llegar a reducir las ventas o no alcanzar los objetivos esperados.

Beneficios de una buena gestión de la publicidad y la comunicación corporativa

- Una buena gestión de la publicidad y una óptima comunicación corporativa reporta numerosos beneficios a la empresa, entre los que destacan:
- Mejorar el prestigio social de la empresa.
- Genera una mejor respuesta a futuros cambios y problemas.
- Mayor diferenciación de la marca con respecto a los competidores de un mismo mercado.
- Favorece la relación entre empresa-consumidor, generando una mayor confianza en los consumidores y, por tanto, un mejor posicionamiento de la marca.
- Ganar una mayor fidelización de los usuarios.
- Se establece un buen clima organizacional.
- Mejores relaciones con los proveedores.

La mejor estrategia para un negocio es aquella que consiga integrar las acciones y estrategias de contenidos a través de la gestión de blogs y redes sociales que incorpore un plan de comunicación corporativa. Por este motivo, estos dos cursos pueden dar la oportunidad a tu negocio que tanto estabas esperando.

Esperamos que hayas aprendido cómo afecta la comunicación a tu negocio y así poder impulsar tu carrera profesional.



PUBLICIDAD VS COMUNICACIÓN



A pesar de que son dos herramientas muy utilizadas por los departamentos de marketing, en muchas ocasiones no están claras las diferencias que separan la Comunicación de la Publicidad

PUBLICIDAD

COMUNICACIÓN

Tú hablas por ti mismo

Otros hablan por ti

Es controlado.
Tú decides el espacio

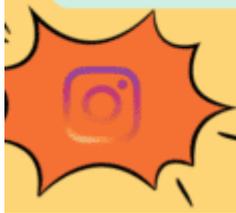
No siempre es controlable
El espacio no está garantizado

Carácter Bilateral Fijo.
La marca siempre hace de emisor y el usuario de receptor

Carácter Bilateral Variable.
intercambio de información entre emisor y receptor que a su vez rotan entre ellos

Contenido que genere mayor consumo de los productos o servicios

Contenido que genere interés y conocimiento por la marca



Impulso06