

Hoja de Trucos: Módulo 3

Conceptos Esenciales

Métodos de Comunicación

La comunicación empresarial ha experimentado una evolución significativa con el auge de las tecnologías digitales como el correo electrónico, la mensajería instantánea y las redes sociales. Los mensajes empresariales modernos y efectivos deben ser concisos, claros y adaptados a la audiencia y al canal de comunicación. Las mejores prácticas comunes incluyen el uso de una línea de asunto clara, estructurar el mensaje lógicamente y revisar cuidadosamente. La etiqueta adecuada también es importante, como usar un tono profesional, responder con prontitud y evitar un lenguaje demasiado informal. Sin embargo, los comunicadores deben considerar cuidadosamente cómo se recibirá el mensaje, ya que la comunicación digital puede carecer de la sutileza de las interacciones en persona.

Los canales de comunicación digital como el correo electrónico, la mensajería instantánea y las videoconferencias ofrecen rapidez, conveniencia y la capacidad de llegar a una amplia audiencia. En contraste, la comunicación tradicional en persona y en papel puede ser mejor para construir relaciones, transmitir información compleja y garantizar la privacidad. La elección del canal de comunicación debe depender del propósito, la audiencia y el contexto del mensaje. Los comunicadores efectivos necesitan entender las fortalezas y limitaciones de los modos digitales y tradicionales para elegir el enfoque más apropiado. Las organizaciones también deben desarrollar políticas y directrices claras para asegurar el uso consistente y apropiado de las herramientas de comunicación digital.

Comunicación Escrita Interna

La comunicación interna empresarial es esencial para el funcionamiento eficiente de cualquier organización. Esto incluye varias formas de comunicación escrita, como correos electrónicos, memorandos y contenido multimedia, que juegan un papel fundamental en asegurar un intercambio claro y efectivo de información entre los empleados. Los correos electrónicos internos sirven como un método rápido y confiable para compartir información, hacer consultas

y confirmar conversaciones dentro de una organización. Deben ser concisos, directos e incluir todos los detalles necesarios para facilitar una comprensión clara.

Los memorandos, otra herramienta crítica en la comunicación empresarial, se utilizan para la comunicación interna relacionada con procedimientos, negocios oficiales e informes breves. Son más formales que los correos electrónicos y proporcionan un registro permanente de los mensajes transmitidos.

Comunicación Escrita Externa

En la comunicación empresarial, los correos electrónicos externos desempeñan un papel crucial y pueden adoptar diversas formas, incluidas solicitudes, reclamaciones, quejas y ajustes. Estos correos electrónicos reemplazan a las cartas tradicionales debido a su rapidez y eficiencia. Por ejemplo, un correo electrónico de solicitud debe ser claro y conciso, con una línea de asunto directa, un cuerpo detallado y un cierre con un llamado a la acción. De manera similar, los correos electrónicos deben declarar rápidamente su propósito en el asunto y proporcionar los detalles y justificaciones necesarios desde el principio, seguidos de un cierre cortés. En general, cada tipo de correo electrónico tiene como objetivo mantener la profesionalidad y fomentar relaciones positivas con los clientes siendo directo, detallado y cortés.

Además, personalizar los correos electrónicos, apreciar la interacción con el cliente y organizar el contenido de manera efectiva mejora la experiencia del cliente. Al dar malas noticias, las empresas enfrentan una elección entre enfoques directos e indirectos, cada uno con sus méritos dependiendo de la situación y la delicadeza deseada. Independientemente del tipo de mensaje, las respuestas rápidas y la comunicación clara son esenciales para mantener la confianza y la satisfacción en las relaciones comerciales.

Canales de Comunicación Escrita

Las cadenas de correos electrónicos y los listservs ayudan a gestionar las comunicaciones dentro de un grupo manteniendo un hilo de discusiones en curso, lo cual es crucial para mantener a todos en la misma página. Por otro lado, la mensajería instantánea y los mensajes de texto son métodos de comunicación informales y en tiempo real que mejoran la inmediatez y accesibilidad entre los miembros del equipo, aunque pueden carecer de la formalidad y permanencia de los correos electrónicos o los memorandos.

Las plataformas multimedia y las redes sociales se están convirtiendo cada vez más en parte integral de las comunicaciones empresariales internas. Estas plataformas soportan una variedad de tipos de contenido como videos, infografías y presentaciones en vivo, que pueden ser particularmente efectivas para involucrar a los empleados y fomentar un entorno de trabajo

colaborativo. El uso de estas herramientas varía según la cultura de la organización, la naturaleza de la información compartida y la audiencia prevista. Es vital que toda comunicación, independientemente del medio, se elabore con atención a la claridad, coherencia y comprensión de la audiencia, asegurando que todas las comunicaciones internas estén alineadas adecuadamente con los objetivos y estándares profesionales de la empresa.

Glosario

chat de canal secundario

los individuos usan computadoras en red (a menudo a través de mensajería instantánea) para mantener una conversación en línea en tiempo real separada de la conversación principal del grupo

blog

un sitio web con entradas al estilo de un diario sobre temas diseñados para informar e invitar a comentarios

copia de carbón

abreviado CC, se refiere a enviar un correo electrónico a destinatarios adicionales más allá del destinatario principal, haciéndolos conscientes de la correspondencia sin ser el enfoque principal del mensaje

escritura deductiva

un método donde el escritor comienza con una afirmación general o tesis y luego presenta evidencia específica o ejemplos para apoyar esa afirmación, llegando a una conclusión que sigue lógicamente de la información presentada

cadena de correos electrónicos

también llamada hilo de correo electrónico, una serie de correos electrónicos enviados y recibidos que contienen la misma línea de asunto e incluyen el mensaje original junto con todas las respuestas y reenvíos relacionados

saludo

la línea de apertura de un correo electrónico que se dirige al destinatario, típicamente usando un saludo cortés y formal o amigable como “Estimado [Nombre]”

escritura inductiva

un método donde el escritor comienza con observaciones específicas o puntos de datos y gradualmente construye hacia una conclusión general o tesis, extrayendo ideas más amplias de la evidencia detallada proporcionada

mensajería instantánea

mensajes transmitidos por servicios basados en internet, a veces mejorados con características como compartir archivos, videollamadas y capacidades de chat grupal

listserv

un sistema automatizado de lista de correo que permite a los usuarios enviar un correo electrónico a todos los suscriptores de la lista

memo

abreviatura de memorándum, un breve documento escrito utilizado dentro de una organización para comunicar información como actualizaciones, cambios de políticas o directivas a empleados o colegas

multimedia

cualquier contenido que utiliza una combinación de diferentes formas de contenido como texto, audio, imágenes, animaciones, video y contenido interactivo

podcast

una serie de archivos de audio o video digital que un usuario puede descargar y escuchar

profesionalismo

la combinación de habilidades, comportamiento y actitudes que se esperan en un entorno profesional, demostrando competencia, comportamiento ético, fiabilidad y respeto hacia los demás; varía según el contexto y la cultura de la organización

red social

una plataforma en línea que permite a los usuarios crear y compartir contenido o participar en redes sociales

línea de asunto

un breve resumen en la parte superior de un correo electrónico que indica el contenido o propósito del mensaje al destinatario

mensajes de texto

también llamados SMS, mensajes breves enviados a través de redes de telefonía móvil entre dispositivos móviles a una o más personas

métodos de comunicación tradicionales

mensajes en papel como cartas formales, folletos, informes, propuestas y notas

wiki

una plataforma web, generalmente utilizada como base de conocimiento, compuesta por el conocimiento combinado de una comunidad en línea de contribuyentes