

La comunicació a l'empresa

Des que el Govern va iniciar la seva particular revolució amb el conegut Kit Digital nodrit per fons NextGenerationEU, s'ha produït un fenomen que ha ajudat a consolidar la idea entre l'empresariat poc avesat que el canal de comunicació –en aquest cas la conversió en dígit del missatge per augmentar la seva presència a Internet, sigui dit de pas– és la resposta a les seves necessitats en clau de comunicació. Res més lluny de la realitat. Cal dir que no estem parlant de les solucions que els i les professionals de la Informàtica podem oferir en aquest sentit, sinó que ho fem amb relació a aquelles que són pròpies del nostre ofici de comunicadors i comunicadores.

Una de les dificultats principals amb què sovint ens trobem és el desconeixement entre els nostres clients d'allò que som i del que els podem oferir. La comunicació de l'empresa passa per tots els conceptes propis de la comunicació humana, on el canal només és el vehicle de transmissió del missatge, que es dona segons un codi compartit en un entorn en què generalment l'objectiu és provocar el *feedback* amb el nostre interlocutor per tal que acabi adquirint el producte o servei de l'empresa per a qui treballem. Tots aquests conceptes es tradueixen després en altres més propers al llenguatge empresarial del màrqueting, però, com diu la vella dita catalana, "el nom no fa la cosa".

Això significa que el Kit Digital no és la solució a



les necessitats de comunicació de l'empresa? No. El Kit Digital és una molt bona solució per a totes aquelles empreses que ja fa temps que han posat fil a l'agulla a fer de la comunicació integrada en el màrqueting la seva eina de transmissió de qui són, què fan... Cal fer incidència en aquest fet, perquè qualsevol proposta de solució del Kit Di-



MARCEL·LA
ANDREU

Directora de
Comunicació de COELL

gital presa a la babalà pot acabar sent una despesa innecessària per a l'empresa que abans no ha posat ordre en els fonaments de la seva comunicació. O és que algú contractaria un gestor de clients sense tenir clients per gestionar? Afortunadament, tenim una àmplia oferta d'agents digitalitzadors, i també d'agències i professionals de la

comunicació que poden ajudar, i molt, a posar ordre a la tant desitjada digitalització de les empreses, siguin de la mida que siguin, si abans els deixem fer la seva feina.

És necessari, doncs, que l'empresa inverteixi en aquest assessorament abans de prendre cap decisió, si no ho ha fet per començar.