

¿Cómo desarrollar una estrategia de comunicación?

Es evidente que la forma en la que vendes un producto hoy en día no tiene nada que ver con la manera en la cual se hacía hace 50 años, ya sea por los [avances tecnológicos](#) o porque simplemente la mentalidad del hombre ha cambiado con el pasar de los años.

Como consecuencia, la necesidad de vender productos o servicios llevó a las personas a pensar en cómo podían captar la atención de posibles clientes y convencerlos de que su [marca](#) y producto serían la solución a su eventual problema.

Así que la elaboración de estrategias de comunicación se convirtió en una herramienta significativa a la hora de empezar con un proyecto empresarial.

Si quieres saber qué es, cuál es la importancia de esta herramienta y los pasos para realizarla satisfactoriamente, te invitamos a que sigas leyendo este artículo, ¡está de lujo!

¿Qué son las estrategias de comunicación?

Las estrategias de comunicación son herramientas de planificación que toman en cuenta aspectos como:

- Objetivos generales;
- mensajes;
- acciones a ejecutar;
- variables indicadoras;
- instrumentos;
- plazos de tiempo de ejecución.

Así, de manera sistematizada y coherente, la imagen, marca y producto de cierta organización es capaz de llegar, de forma certera, a su [público objetivo](#) con el propósito de convertirlos en clientes.

¿Cuál es la importancia de las estrategias de comunicación?

Al momento de empezar con un nuevo proyecto todo emprendedor o empresario tiene como objetivo fundamental lograr la mayor cantidad de ventas, ¿cierto?, entonces, de seguro te preguntarás, ¿cómo voy a lograr vender mi producto o servicio?, es aquí donde entran en juego las estrategias de comunicación.

La importancia de realizar estas estrategias radica en que **si son realizadas de manera correcta lograrás los números que sueñas en cuanto a ventas se refiere** (tenlo por seguro).

Realizar una estrategia de comunicación tendrá como meta que tu público objetivo no solo comprenda qué es lo que vende tu marca, sino que también entienda qué significa y representa.

Este conocimiento, tendrá una consecuencia positiva en la percepción de las personas hacia tu empresa y terminarán por convertirse en [clientes](#), así que es importante que tu estrategia de comunicación esté basada en lo que eres y lo que quieres mostrar.

¿Cómo elaborar una estrategia de comunicación exitosa? 8 pasos para armar la tuya

En general, **el éxito de una estrategia va a depender de la planificación de la misma**, tendrás que tener en cuenta varios aspectos necesarios para que no tengas fallas.

¡No te preocupes!, a continuación te explicaremos todos los pasos necesarios para que tu estrategia de comunicación sea exitosa, ¡sigue leyendo!

1. Analiza tu situación actual

Para empezar la elaboración de una estrategia comunicacional es necesario conocer la situación actual de tu organización, es decir, tener claro aspectos como:

- Reputación de tu marca;
- [identidad de tu marca](#);
- [experiencia](#) de los clientes;
- tendencias del mercado;
- estado de tu competencia.

2. Determina cuál es tu objetivo

Es de vital importancia que una vez que conozcas cuáles son las fortalezas y carencias de tu empresa, definas cuál o cuáles serán los objetivos de tu estrategia de comunicación. Y para que no pierdas el rumbo, te respondas preguntas como:

- ¿Qué quiero lograr?;
- ¿para qué quiero conseguirlo?;
- ¿por qué es necesario hacerlo?

3. Define tu público objetivo

Con certeza, **la definición de tu público objetivo es uno de los pasos más importantes al momento de elaborar tu estrategia de comunicación**, ya que, este grupo de personas son a las que se les deseas transmitir el mensaje y así, motivarlos a cumplir con el propósito de dicha estrategia comunicacional (la compra de tu producto o servicio).

4. Establece un presupuesto viable

Es un hecho que podemos tener muchas ideas de cómo hacer que tu estrategia de comunicación funcione, pero debes tener en cuenta que todo tiene un costo.

Por eso hay que delimitar qué cantidad de dinero se podrá invertir en dicha estrategia de comunicación con un [presupuesto](#) claro y detallado. Esto dependerá de:

- el tamaño de tu empresa;
- utilidad que posea tu organización;
- necesidades.

5. Establece el mensaje que quieres transmitir

Las marcas necesitan una voz y ese es el trabajo del mensaje, ya que resumen y concentran la personalidad de tu organización.

Teniendo clara tu situación actual, los objetivos de tu estrategia y el público objetivo, ya tienes la información suficiente para definir cómo desarrollar del mensaje que quieres hacer llegar a dicho público.

Recuerda que su genialidad consiste en la capacidad de comunicarse con el público, emocionarlos, generar interés ¡y repetirlos! (no dejes de repetir el mensaje).

Algunas de las empresas cuyos mensajes lograron su cometido son:

- Just Do it. -Nike;
- Think Different. -Apple;
- Destapa la felicidad. -Coca-Cola.
- Me encanta. -McDonald's.

6. Selecciona cuáles canales de comunicación se adaptan a tu proyecto

Existen varias formas para [promocionar tu estrategia](#) y [distribuir tu contenido](#), así que realiza un análisis de cuál de estas es la más adecuada para hacer llegar dicho mensaje a tu público objetivo y cumpla con su objetivo. Recuerda que debes tener en cuenta el alcance del presupuesto.

7. Especifica los plazos de ejecución

No podemos hablar de una planificación si no definimos los plazos en los cuales queremos lograr nuestros objetivos, y esta no es la excepción.

Para la determinación de los plazos en los que estimas lograr cada uno de los objetivos, debes de tomar en cuenta cada uno de los puntos anteriores.

8. Mide y evalúa los resultados de tu estrategia

Una vez que lograste cumplir con los objetivos propuestos, es necesario que realices una [auditoría de marketing](#) con el fin de analizar qué alcanzó la estrategia, si cumpliste con los plazos estimados, si el presupuesto fue suficiente y si lograste los objetivos propuestos.

De esta manera podrás determinar qué puedes mejorar para las próximas estrategias comunicacionales.

¿Qué estrategias de comunicación existen en el Marketing Digital?

El [Marketing Digital](#) surge como una de las estrategias de comunicación más efectivas para lograr tus objetivos dentro de tu organización.

Es un conjunto de actividades que tienen la particularidad de que el vínculo entre la organización y el público objetivo se hace de manera directa y personalizada, ¿genial verdad?

También es considerada la estrategia de [marketing](#) predilecta en la actualidad debido a que el número de usuarios del Internet aumenta de manera vertiginosa con el pasar de los días.

Es muy importante dejar claro que el Marketing Digital es muy extenso y posee muchas acciones con las cuales puedes lograr tu objetivo, una de las más importantes es el [Inbound Marketing](#), sigue leyendo y descubre de que manera te ayudará a elaborar una excelente estrategia de comunicación.

El Inbound Marketing es una estrategia de marketing que tiene como objetivo principal lograr captar el interés de las personas, de manera no invasiva, mostrándole información que le interese con el fin de convertirlo en cliente.

Dentro de las maneras más importantes de realizar Inbound Marketing están:

Marketing de Contenidos

Esta es una de las estrategias que se basa en la generación de contenido de calidad buscando involucrar y atraer a las personas con el fin de que pasen a formar parte de tu red de [leads](#).

De esta manera se va a generar una percepción positiva de tu organización, logrando así un impacto positivo en la cantidad de oportunidad de negocios.