

Índice

AGRADECIMIENTOS	9
PRÓLOGO	11
INTRODUCCIÓN	17
1. MAPA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA.....	19
1.1. Autodiagnóstico	19
1.2. Los retos de la comunicación interna	25
1.3. Una especialidad de la comunicación.....	31
1.3.1. Nuestro personal.....	35
1.3.2. Límites y alcance de la comunicación interna..	39
1.3.3. Comunicación interna en relación con otras disciplinas.....	44
1.4. Visión holística de la comunicación interna.....	47
1.5. El departamento de Comunicación Interna.....	49
1.5.1. El lugar en el mapa organizacional	49
1.5.2. Posicionamiento del responsable de Comunicación Interna	54
1.5.3. Recursos y presupuesto.....	61

2. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA...	67
2.1. Negocio y organización	67
2.1.1. Comunicación interna en relación con los resultados de negocio	68
2.1.2. Comunicación interna y cultura.....	69
2.2. El primer paso de un plan estratégico de comunicación interna.....	71
2.3. Escuchar a la organización.....	74
2.3.1. Aspectos generales	74
2.3.2. Lectura de materiales previos y otras fuentes: <i>intelligence gathering</i>	78
2.3.3. Mediciones cuantitativas y cualitativas	80
2.3.4. El diagnóstico de la comunicación interna...	85
2.4. Focos o temas clave	87
2.4.1. Definir o encontrar los focos.....	90
2.4.2. Foco en la práctica.....	92
2.4.3. Relación entre los focos, los objetivos y los mensajes	93
2.5. Los objetivos	96
3. ACTORES, LENGUAJES Y MEDIOS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA.....	107
3.1. Actores: roles y responsabilidades	107
3.1.1. Roles cambiables en las nuevas organizaciones	117
3.2. Retóricas del siglo XXI	119
3.2.1. El valor de la experiencia.....	120
3.2.2. Lo audiovisual.....	122
3.2.3. Transmedia.....	125
3.2.4. El juego.....	128
3.2.5. Redes sociales corporativas	130
3.3. Ecosistema de medios.....	138

4. MEDICIÓN EN COMUNICACIÓN INTERNA.....	151
4.1. La evaluación holística	157
4.2. Variables e indicadores	159
5. ¿CÓMO SE HIZO? CASOS PRÁCTICOS.....	167
5.1. Comunicación interna en una pyme, un trabajo fundacional (IJ International Legal Group)	167
5.2. Consolidación de un área CI regional (Natura).....	172
5.3. Protagonistas del cambio (Bayer).....	179
5.4. Vivir el proyecto de empresa: «Cuenta con nosotros» (Cofidis).....	186
5.5. Cómo conectar a 120.000 empleados en un solo lugar (Telefónica)	192
5.6. <i>Friends</i> . Una <i>sitcom</i> en comunicación interna (Novartis)	200
EPÍLOGO.....	207
BIBLIOGRAFÍA	211
AUTORES	227