

NCO RECOMENDA

OS 5Cs DA COMUNICAÇÃO MODERNA

A comunicação nas empresas vem evoluindo rapidamente. Muitas dessas transformações vêm no rastro da própria evolução da sociedade e da globalização, mas sem dúvida, o avanço e a popularização da tecnologia da informação é que permitiram a era da informação que estamos vivendo. Os computadores e a internet são as grandes estrelas desse processo. Essa dinâmica vem mudando radicalmente a comunicação nas empresas.

Eis os 5Cs da era da comunicação moderna.

CONHECIMENTO

O conhecimento está espalhado dentro das empresas. A era da informação escondida, da informação concentrada em poucas cabeças e da informação protegida está acabando. O verdadeiro capital intelectual das empresas está contido na cabeça de todos os empregados. Cada um tem conhecimento, experiência e interfere nos processos e no sucesso das empresas. O grande desafio é: como juntar esse conhecimento? Na verdade, é até pior: como achar e conectar esse conhecimento distribuído?

O desafio não existe somente dentro das empresas. O mesmo se passa fora. O conhecimento agora está com os clientes pois estão muito mais bem informados. A empresa não sobrevive mais sem conversar e criar um diálogo aberto e franco com os clientes. O sucesso das empresas passa por saber trabalhar o enorme conhecimento distribuído dentro e fora das organizações.

COMUNIDADES

A organização corporativa, da maneira hierarquizada e rígida como conhecemos, está com seus dias contados. As pessoas hoje se juntam em comunidades. Isso acontece dentro e fora das empresas. Saber conversar com esses grupos é o novo desafio das corporações. Não estou falando das organizações tradicionais hierarquizadas. Estou falando de comunidades formadas por pessoas que têm interesses comuns, hobbies comuns, que falam a mesma língua ou jargão mas que não necessariamente pertencem ao mesmo departamento, ou tem o mesmo chefe, ou estão no mesmo escritório ou fábrica ou vivem na mesma cidade.

Essas múltiplas tribos existem dentro das empresas. Essa capacidade de identificá-las, e criar oportunidades de diálogo, pode fazer muita diferença para as empresas. Juntar essas pessoas ao redor de discussões comuns é o melhor caminho para compartilhar conhecimento. O mesmo ocorre fora das empresas. O mesmo se passa com os clientes. Não estou falando para as empresas abandonarem a velha segmentação de cliente (perfilada por geografia, perfil de compra ou idade), que tem sua utilidade e ainda continua em vigor. Mas posso garantir que essa metodologia de segmentação de mercado ainda tem que evoluir muito.



COLABORAÇÃO

As pessoas querem compartilhar. As pessoas querem contar e ouvir histórias de pessoas, querem trocar experiências. A explosão das redes sociais é o melhor exemplo desse fenômeno da sociedade. A palavra-chave para todas as empresas deveria ser colaboração. Como fazer as pessoas se

colaborarem mais? E não estou falando somente dos empregados da empresa. Estou falando também dos clientes, dos formadores de opinião, dos fornecedores e outras entidades relevantes na cadeia de relacionamento das empresas. Em resumo, temos um enorme conhecimento distribuído, com as pessoas organizadas informalmente em comunidades e todas querendo se falar, compartilhar informação e saber o que as outras estão fazendo. Mas por que as empresas relutam em reconhecer e investir nesse novo ecossistema?

