

Se puede definir a la comunicación como el proceso que permite el intercambio de información (mensaje) entre las personas. Tanto en las relaciones meramente personales como las comerciales, la comunicación es un factor fundamental y si su dominio es imposible aplicar una filosofía de Marketing en una empresa. Esta tiene que comunicar cada vez mas y mejor con el mercado, dando a conocer sus productos y sus servicios, al mismo tiempo que recupera la máxima información para averiguar las necesidades de los consumidores sus gustos. Por otro lado, debe existir una corriente de comunicación en el interior de la empresa con todos los departamentos de la misma y a todos los niveles. A pesar de la complejidad de la comunicación y de los elementos que la condicionan, con un conocimiento y análisis de sus interrelaciones se puede conseguir un cierto grado de control de la misma.

A medida que la comunicación crece es a veces pasar por alto la necesidad de comunicación en la misma entre los diversos departamentos, necesidad que se manifiesta tanto en la confección conjunta del plan anual de Marketing como en la ejecución del mismo. Las personas que trabajan en la empresa, sometidos a la actividad diaria, procederán en la práctica a omitir ciertas etapas del procedimiento y tomar decisiones unilaterales, todo ello para cumplir con el empleo del tiempo asignado.

Para prever y resolver rápida mente los problemas que surjan debido a la estrecha interdependencia de los departamentos de la empresa.

Comunicar con exactitud los posibles problemas, soluciones e informaciones. Son diferentes las soluciones que se pueden adoptar para que la comunicación interna en la empresa sea una realidad, aunque estas dependerán de los factores que afecta cualquier organización empresarial.