

Pour une bonne communication, étape par étape

Malgré qu'un plan de déconfinement progressif ait été annoncé, la pandémie de la COVID-19 planera au-dessus de nos têtes pendant encore plusieurs mois. C'est pourquoi il importe de poursuivre les bonnes pratiques de communication mises en place depuis le début de la crise.

Il y a 6 mots-clés à garder en tête pour que vos communications soient efficaces en cette période inhabituelle. C'est facile à retenir; tout est une question d'**ÉTAPES** à suivre! 😊

1. **Écoute**

Dans une situation de crise, il est important d'être à l'écoute. D'abord, une entreprise doit absolument être écouter les recommandations et les directives du gouvernement. Ce n'est pas le moment de déroger des règles et vos employés ont besoin de savoir que vous respectez ce qui est mis en place par les autorités.

Ensuite, il vous faut être à l'écoute de vos employés, clients, partenaires, etc. Certains auront des questionnements et demanderont des réponses. Dans cette situation, faire preuve d'empathie est la clé, c'est-à-dire de vous mettre à leur place et comprendre leurs préoccupations.

2. **Transparence**

La transparence est primordiale en période d'incertitude, particulièrement dans celle qu'on vit actuellement. Comment être transparent? Dans quel contexte? En fait, il s'agit d'être honnête et de donner l'heure juste. Que ce soit à vos collègues-cadres, vos employés, les membres de votre conseil d'administration, vos partenaires, votre clientèle, etc.

Lors d'une gestion de crise, on recommande toujours deux éléments principaux : être présent et donner l'heure juste. C'est donc ce à quoi nous faisons référence avec le terme «transparence».

Un employé vous pose une question et vous n'avez pas la réponse? Admettez que vous ne le savez pas et que vous irez chercher la réponse afin de lui revenir rapidement. Vous voulez informer vos clients sur les modifications à vos services en raison de la crise? Envoyez un courriel, une lettre par la poste ou faites une publication sur votre site web ou vos médias sociaux pour les rassurer et éviter qu'ils vivent de l'incertitude.

On ne vous reprochera certainement pas d'avoir été clair et franc. Par contre, au contraire, en manquant de transparence et d'honnêteté, on pourrait vous trouver trop distant et croire que vous ne prenez pas la situation au sérieux.

3. Adaptation

Sans surprise, l'adaptation est un allié de taille dans le contexte actuel. Premièrement, il faut s'adapter à la nouvelle situation, ce qui, avouons-le, peut prendre quelque temps!

Ensuite, une fois le choc passé, il faut voir comment l'entreprise peut s'adapter, tant dans ses façons de faire que dans son offre de service. Une situation de crise est parfois l'occasion de voir naître de belles idées et des initiatives qui n'auraient sans doute pas vu le jour dans un contexte normal. C'est le moment de mettre votre équipe dans le coup et voir comment l'entreprise peut tirer son épingle du jeu malgré tout. Qui sait, peut-être qu'un nouveau produit ou un nouveau service sera développé grâce à la COVID-19 et perdurera ensuite dans le temps!

4. Proactivité

Selon Le Larousse, être proactif se dit d'un processus psychologique qui s'exerce d'amont en aval dans le temps¹. En d'autres termes, cela signifie d'avoir une attitude dynamique, généralement réalisée avec anticipation. Il faut savoir qu'une démarche proactive résulte souvent d'une réflexion menée en aval afin de gagner du temps².

Dans le cas qui nous occupe, cela peut vouloir dire de prévoir les coups qui pourraient arriver. Être à l'affût des mesures émises par le gouvernement, jeter un coup d'œil aux prévisions et ajuster les objectifs de l'entreprise sont autant d'exemples d'éléments qui peuvent être faits en termes de proactivité.

5. Efficacité

L'efficacité s'avère essentielle en situation de crise. C'est ce que souhaitent tous les entrepreneurs : que leur entreprise soit efficace et efficiente, malgré les circonstances.

Or, l'efficacité est aussi valable en communication. En effet, lorsqu'on a plusieurs éléments à communiquer à notre équipe ou à nos clients/partenaires, on se doit d'être efficace. L'idée est de bien définir notre message et s'assurer de ne rien oublier. Il faut également utiliser des termes simples et clairs et aller droit au but. L'objectif : être bien compris et ne pas laisser place à une interprétation différente du message que l'on souhaite passer.

¹ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/proactif/64026?q=proactive#63310>

² <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/proactive/>

6. **Souplesse**

Dans une situation comme la pandémie de la COVID-19, les employeurs doivent faire preuve de souplesse, et ce, à plusieurs égards. Étant donné que nous faisons face à un contexte exceptionnel, les dirigeants et employés d'une entreprise doivent être souples et indulgents envers les fournisseurs qui auront du retard, les clients qui sont plus impatientes en raison du stress que leur procure la situation, les partenaires qui ne sont pas en mesure d'effectuer des suivis aussi rigoureux qu'à l'habitude, etc.

Il y a également différents moyens à prendre pour faciliter les communications et les échanges avec ces publics. Par exemple, lorsque c'est possible, prenez de l'avance. Regardez vos échéanciers et faites vos approches plus tôt qu'à l'habitude. Cette méthode permettra aux gens impliqués de mieux se préparer et ainsi mieux répondre à votre besoin.

De votre côté, il est essentiel de revoir les échéanciers des différents projets sur la table. Il y aura inévitablement des retards. Question que tous s'y retrouvent et que le changement de situation ne mette personne dans l'embarras, pourquoi ne pas contacter les fournisseurs ou partenaires impliqués pour leur faire part des nouveaux délais ou de la nouvelle stratégie? Cette petite touche sera certainement appréciée puisque dans le contexte actuel, tous les dirigeants d'entreprise désirent savoir comment se planifier pour les prochains mois.

En suivant ces **ÉTAPES**, l'ensemble de vos communications sera bien adaptée au contexte de la crise de la COVID-19...ou à toute autre crise exceptionnelle du même genre. Au besoin, n'hésitez pas à vous entourer de professionnels en communication pour vous accompagner dans vos démarches!

Source :

- Nos années d'expérience 😊