

# ¿QUÉ DEBES TENER EN CUENTA AL MOMENTO DE HABLAR CON TUS COLABORADORES DURANTE LA EMERGENCIA MUNDIAL?

Recuerda que la comunicación construye confianza y, esta a su vez, crea mayor productividad y más calidad de vida.

- Debido a la situación de emergencia, causada por la llegada del coronavirus al país, los colaboradores podrán sentirse confundidos y preocupados por los efectos de la crisis en la empresa.
- Surgirán muchas preguntas que deberán ser respuestas de manera clara, eficaz y oportuna.
- El flujo de información es enorme. Lo ideal es desvirtuar los rumores y la desinformación teniendo como respaldo las fuentes oficiales.
- Los colaboradores requieren tener certeza sobre la posición de la organización. Por ello, el establecimiento de un canal de comunicación es clave a la hora de atender la demanda de información de los colaboradores.



## SÉ RESPONSABLE Y CONCORDANTE EN LO QUE DICES



- Brinda información veraz sobre las medidas que se están tomando.
- Promueve la responsabilidad y la verdad, a través de lo que comunicas, en tus colaboradores. Responde: ¿qué estamos haciendo? ¿cómo podemos vernos afectados?
- Deja claros los efectos que dejará la emergencia para la organización y cómo se podrá aportar para revertirlos.

## TEN EN CUENTA EN TU PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS INTERNA:



# 01

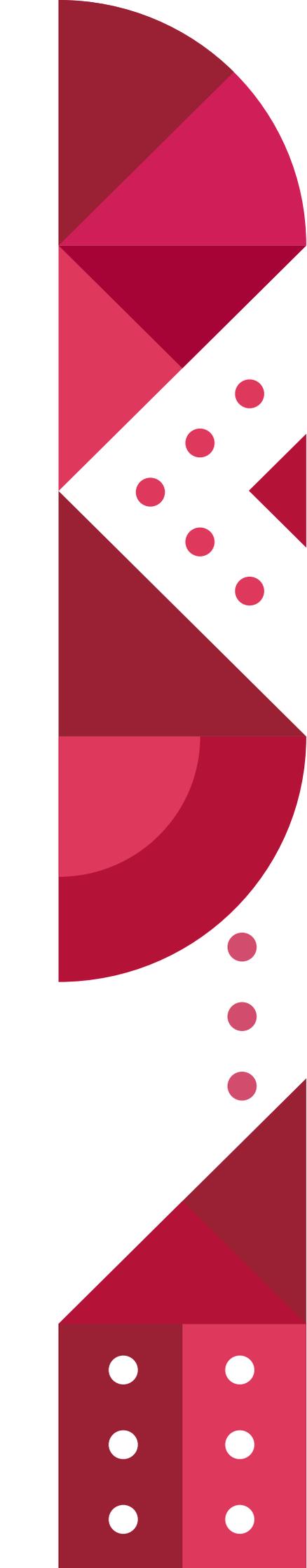
**QUE EL MANEJO CAIGA EN LOS EXPERTOS** – Define un equipo que cuente con los conocimientos necesarios para crear una estrategia que atienda a la necesidad del momento.

# 02

**QUE LAS HERRAMIENTAS SEAN SUFICIENTES** – Brinda a tu equipo de comunicaciones con lo necesario para poder recibir y emitir los mensajes planteados en su estrategia de comunicación de crisis.

# 03

**COMPRENDER A QUIÉNES ESTÁ DIRIGIDO EL MENSAJE** – Incluye a colaboradores, familiares y socios para asegurarte que la comunicación sea eficaz y los mensajes lleguen a todas las personas necesarias.



04

**IDENTIFICAR LOS TEMAS SENSIBLES** – Analiza los asuntos claves que serán golpeados por la crisis. Esto permitirá recoger los temas que impactarán en la vida de tus colaboradores como condiciones laborales, horarios, acceso a instalaciones, respuesta a clientes, entre otros temas que puedan ser de su interés.

05

**FOCALIZAR LOS MENSAJES POR TEMA** – Una vez identifiques los temas, podrás redactar y actualizar los mensajes a transmitir durante la crisis. Presta atención, durante la construcción de estos, de contar con la opinión de tus colaboradores, ya que, en última instancia, el impacto de la comunicación recaerá sobre ellos.

06

**CONSIDERAR LOS CANALES MÁS EFECTIVOS DE DIFUSIÓN** – Evalúa cuál herramienta logrará llevar tu información a tu población objetivo. Sirvete de la tecnología para ello.

07

**CREAR UN PLAN DE ACCIÓN** – Esto permitirá definir periodicidad, los canales, los recursos requeridos, los mensajes de bidireccionalidad, la actualización de canales digitales, entre otros. Además de transmitir conocimiento sobre la situación, esto generará certeza en tu población objetivo.

08

**GENERAR FORMATOS DE COMUNICACIÓN** – Esto optimizará el tiempo a medida de que llegue nueva información u ocurran cambios. Considera lo volátil que es la información y que lo que produzcas puede volverse viral.

09

**APOYARTE EN LOS LÍDERES** – Además del valor que aportan, sus roles son importantes para transmitir seguridad. Acércalos en momentos de crisis para hacer más efectiva tu estrategia, ya que son la primera línea de comunicación con clientes y audiencias externas.

10

**PREPARARTE PARA LA NORMALIDAD** – La continuidad del negocio es lo más importante y, cuando llegue, la organización debe estar lista para la reanudación de las operaciones. Trabaja este componente considerando qué medidas son las que permitirán volver a la normalidad.

TOMADO DE:



**KOMUNIKA LATAM**  
STRATEGIC CONSULTING

Affiliated to

