

Trzy podstawowe zasady w komunikacji teraz i po epidemii COVID-19

W czasie pandemii liczy się skuteczny atak, by nie tylko nikt nie zapomniał o naszej firmie, ale przede wszystkim - wrócił do niej jak będzie po wszystkim.

Z koronawirusem powoli zaczynamy znać się coraz lepiej. Na strach i gniew nie ma już miejsca. Teraz liczy się skuteczne wykorzystanie obecnego momentu do zakomunikowania najważniejszych wartości swoim klientom i otoczeniu. Podpowiadamy jak to zrobić, by jak wrócimy już do oczekiwanej stabilizacji, nie czuć, że najlepszy czas na atak niestety za nami. Zapraszamy do przeczytania trzech krótkich porad, które zmobilizują nas do działania i walki o biznes.

1. Komunikuj albo zgiń

Spójrz na nowo na swój biznes i oceń co w okresie pandemii sprawdziło się, a co nie. Być może masz garść zakurzonych projektów, którym właśnie dziś można nadać priorytet. Oddaj też głos swoim pracownikom – wielu z nich może mieć świetne pomysły jak rozwinąć biznes. Dodatkowo takie działanie, czyli mądrze poprowadzona komunikacja z pracownikami to ogromny wkład w budowanie „ducha zespołu”, który jest kołem zamachowym organizacji w kryzysie. Jedno jest pewne – im szybciej znajdziesz ciekawy pomysł na przetrwanie biznesu i opowiesz o tym światu, tym mniejsze ryzyko, że klient o tobie zapomni. Dość już mówienia o tym, że pomagasz i włączasz się w rozmaite akcje pomocowe. Owszem, to bardzo istotne i dobrze, że to robisz, ale dziś musisz też zadbać o rozwój. Skoncentruj się na tym, co jest priorytetem w twoim biznesie i co jesteś w stanie realnie kontrolować. Tylko takie podejście do biznesu pozwoli wyjść z obecnego impasu i z koncentracji energii na COVID-19. Chorobę zostaw medycznym autorytetom.

2. Epidemia kiedyś minie, twoja reputacja nie

Czas biegnie bardzo szybko, a często w kryzysowych sytuacjach jeszcze szybciej. Jest to związane z tym, że obok normalnej pracy musisz zajmować się rozwiązywaniem niecodziennych sytuacji. Dlatego bądź czujny i wygoszpodaruj w swoim grafiku czas na takie działania, które pozwolą utrzymać biznes w niepewnych czasach. Jeśli tego nie zrobisz, istnieje ryzyko, że ktoś zrobi to przed tobą. Wiadomo, że nie każdy w prowadzonej przez siebie działalności ma zasoby na to, by zapewnić swoim klientom odroczenie opłat za jakąś usługę czy udostępnianie darmowych programów do zdalnej pracy. Ale rozejrzyj się po swoim zespole, z pewnością są w nim osoby, które mają jakieś pasje lub posiadają nietypowe umiejętności. Z pewnością wspólnie wymyślicie dziś coś, co umiliłoby pracę twoim klientom i kontrahentom. To może być organizacja czasu ich pociechom. Może stworzycie lekcje rysunku online albo zaprosicie swoich partnerów biznesowych na wirtualną kawę. Możecie też wysłać do nich przepis i składniki na coś pysznego, co mogą sami zrobić w domu. I pamiętajcie, nawet jeśli nie skorzystają z tej pomocy, to zapamiętają was jako tych, którzy wykazali się kreatywnością i ludzkim podejściem do biznesu w trudnym czasie.

3. Biznes potrzebuje nowych wartości, które dziś kielkują

Często słyszymy, że po COVID-19 świat już nigdy nie będzie taki sam. I wiele w tym prawdy. Zmieniają się zasady spędzania wolnego czasu, podróży, pracy. Już dziś widać ogromne zmiany w handlu. Z różnych analiz wynika, że w ostatnim czasie sprzedaż internetowa wzrosła o 30 proc. Stąd istotne jest, aby znaleźć w swoim biznesie takie wartości, które pozwolą na budowę nowych kompetencji i przewag w świecie po COVID-19. Jeśli weźmiesz do serca wcześniejsze porady i wdrożysz je skutecznie, to do realizacji tego punktu droga powinna być prosta. Pamiętaj jednak o zasadach bezpieczeństwa. Upewnij się, że w tym zakresie twój biznes jest dobrze przygotowany na powrót do tak zwanej normalności. Ta wartość biznesu, czyli przestrzeganie zasad bezpieczeństwa powinna wejść na stałe do twojej organizacji.