



MEILLEURES PRATIQUES DE COMMUNICATION DE MARQUE EN PÉRIODE D'INCERTITUDE

CISION

En raison de l'évolution rapide de l'actualité et des préoccupations croissantes au sujet de la COVID-19, Cision souhaite soutenir vos efforts de communication en cette période d'incertitude. Voici les meilleures pratiques de communication de marque en ces temps difficiles.

Si vous avez des questions ou des préoccupations, n'hésitez pas à contacter votre Directeur de comptes ou à nous téléphoner au 877-269-7890.

QUEL MESSAGE DEVEZ-VOUS COMMUNIQUER?

Traverser une pandémie mondiale est une source de stress. Aujourd'hui plus que jamais, il est essentiel d'informer vos clients de vos initiatives en place pour les aider sans leur ajouter une source de stress supplémentaire. Informez-les des mesures de sécurité et de propreté accrues que vous avez implantées, et ce, de la façon qui convient le mieux à votre marque.



SOYEZ DISPONIBLE

Les consommateurs ont l'habitude d'avoir accès presque en tout temps aux marques par l'entremise des médias sociaux. Assurez-vous de miser sur une stratégie complète d'écoute et de veille des médias sociaux afin de recueillir toutes les demandes d'information visant votre marque pour y répondre conformément à vos politiques en place.



SOYEZ CONCIS

Les gens reçoivent beaucoup de communications de à l'heure actuelle. C'est pourquoi votre message doit aller droit au but et que vous devez fournir les ressources pertinentes permettant d'en faire le suivi.



DONNEZ L'EXEMPLE

Communiquez les initiatives que votre entreprise met en place pour minimiser les répercussions de la situation sur vos employés. Soyez transparent et direct.



PARLEZ DE CE QUE VOUS CONNAISSEZ

Il y a beaucoup de désinformation en ce moment. C'est pourquoi vous devez aider la communauté en offrant des renseignements utiles, intéressants et spécialisés. Tenez-vous-en au domaine d'expertise de votre marque et n'essayez pas de donner des conseils de santé si vous n'êtes pas qualifié pour le faire.



PARTAGEZ DU CONTENU POSITIF

Les histoires réconfortantes sont particulièrement appréciées dans les moments éprouvants. Si cela vous semble approprié, partagez des histoires positives ou inspirantes qui donnent de l'espoir et du réconfort à votre public.



CIBLEZ VOS PROPOSITIONS

En terrain inconnu, les journalistes doivent tenir le public informé. Faites vos recherches et assurez-vous de cibler les bons experts et journalistes avec votre nouvelle.



RESTEZ INFORMÉ

Restez à l'affût des dernières nouvelles pour façonner vos communications adéquatement.



FAITES PREUVE D'EMPATHIE

N'oubliez pas qu'il s'agit d'une période stressante pour tout le monde et assurez-vous de façonner vos communications avec empathie. Faites preuve de compréhension avec les clients qui posent beaucoup de questions.



La ligne est mince entre être d'une aide précieuse pour vos clients et votre auditoire et chercher à tirer profit d'une situation inquiétante. Grâce à des communications judicieuses, votre marque peut être considérée comme une source d'information digne de confiance au sein de votre secteur en ces temps difficiles.