WEBER SHANDWICK
WE SOLVE

10 APRENDIZAJES DE WEBER SHANDWICK CHINA DESDE LA CUARENTENA POR EL COVID-19

Poco a poco, después más de ocho semanas en aislamiento social, millones de ciudadanos en diferentes ciudades de China están regresando a sus rutinas habituales. La pandemia del COVID-19, que actualmente ha infectado a más de 200 mil personas alrededor del mundo (con la mayoría de los casos en China), finalmente está llegando a un estado de control en ese país, mientras que en otros países apenas estamos comenzando a enfrentarla.

LYDIA LEE, PRESIDENTA DE WEBER SHANDWICK CHINA, NOS COMPARTE 10 APRENDIZAJES CLAVE, RESULTADO DE LAS ÚLTIMAS SEMANAS EN LAS QUE ATRAVESÓ ESTA CRISIS AL FRENTE DE LAS OPERACIONES DE LA COMPAÑÍA, QUE CUENTA CON OFICINAS EN LAS CIUDADES MÁS GRANDES DEL PAÍS, INCLUYENDO PEKÍN, SHANGHÁI, CANTÓN Y SHENZHEN.

Estos consejos pueden ser de gran utilidad para las empresas y organizaciones que en estos momentos están preparándose para enfrentar diferentes fases de la situación en sus correspondientes mercados.

1. UN OBJETIVO EN MENTE: LA SALUD DE NUESTRO EQUIPO.

Independientemente de si se trata de una empresa o de una organización de tipo social, lo más valioso son sus colaboradores. Es importante entender que, antes que atender cualquiera de las posibles preocupaciones, lo primero siempre debe ser mantener el bienestar de los equipos y sus familias. Las subsecuentes medidas y decisiones de negocio que se tomen siempre deben tener esto como prioridad.

2. ES VITAL EL CONTAR CON UN EQUIPO DE CRISIS INTERNO.

Aunque diferentes países y ciudades se encuentran en momentos particulares de la crisis, es importante estar preparados en todo momento, organizando un equipo interno dedicado al manejo y respuesta a la crisis, con roles y responsabilidades claramente definidas. Este equipo puede estar formado por miembros de la administración, recursos humanos y la dirección, para tener la capacidad de tomar decisiones de forma oportuna y eficiente.

3. PREPÁRATE PARA DIVERSOS ESCENARIOS.

La planeación en tiempos de crisis no puede ser lineal. Es necesario el considerar tantas situaciones como sea realistamente posible. Por ejemplo, ¿qué pasa si entramos en cuarentena por dos semanas? ¿qué tal si es por un mes, por dos o incluso tres? ¿Qué tenemos que hacer si se cierran las entradas y salidas de la ciudad, o del país? ¿Qué sucede si uno de nuestros colaboradores da positivo a la infección? Estos escenarios adversos permitirán adelantarnos a la situación y planear reacciones adecuadas.

4. LOS MIEMBROS DE UNA ORGANIZACIÓN BUSCAN LIDERAZGO Y ESTABILIDAD, SOBRE TODO CUANDO PERCIBEN UN VACÍO EN EL GOBIERNO.

En tiempos de crisis, los individuos buscan la estabilidad y seguridad de las estructuras a las que pertenecen. Esto hace sumamente importante el papel de las empresas y organizaciones en las que colaboran, ya que éstas pueden convertirse en una fuente de liderazgo, aun más cuando los gobiernos locales o nacionales no tienen una dirección clara. En estos momentos es imperativo que las organizaciones mantengan una cercana relación con sus miembros, brindándoles información clara y actualizada.

5. EL ROL CLAVE DE LA COMUNICACIÓN EN TIEMPOS DE CRISIS.

No sólo los miembros de una organización o empresa, sino también sus clientes y el público general necesitan conocer el estatus y medidas tomadas por ésta en tiempos de crisis. El tener canales de comunicación abiertos y transparentes, así como información precisa y actualizada puede hacer una gran diferencia positiva. Es importante considerar la diferencia entre comunicación interna, que debe ser mucho más constante y amigable; y la comunicación externa, que debe enfocarse en lo más apremiante (para evitar el exceso de información) y requiere de un tono más formal y oficial. Es esencial el contar con canales de comunicación con objetivos y funciones definidas, como correo electrónico, canales de redes sociales, y chats grupales.

6. NUESTROS PEORES ENEMIGOS EN LAS CRISIS: FAKE NEWS Y EL EXCESO DE INFORMACIÓN.

Si bien es importante mantener a todos los miembros de una organización informados de manera rápida, es igual de importante el contar con información concisa y verdadera. El exceso de información innecesaria, así como la divulgación de hechos falsos, entorpecerán gravemente las decisiones de una organización, y tendrán un efecto negativo en sus miembros. Por esto es fundamental el usar únicamente fuentes de información verificada y oficial, de forma prudente y moderada.

7. LA VIDA DEBE CONTINUAR EN LA MEDIDA DE LO POSIBLE.

Teniendo en cuenta que el objetivo primario de una organización debe ser mantener a sus miembros sanos, también es importante ayudar a mantener el ánimo y las actividades necesarias para generar estabilidad. Es recomendable que los equipos de recursos humanos hagan actualizaciones semanales acerca de la situación en la organización, así como de los planes para los siguientes días, sobre todo cuando se encuentren en modalidad de trabajo remoto.

8. FLEXIBILIDAD PARA REORGANIZAR.

La capacidad para adaptarse a nuevas situaciones es imprescindible durante los tiempos de crisis. Sin embargo, para hacer ajustes y reestructuración de funciones, es necesario tener a la mano la información precisa sobre las capacidades y experiencia de todos los miembros de una organización. Cada individuo es único en las actividades que puede desempeñar pero, para aprovechar sus capacidades en funciones diferentes a las normales, se necesita antes conocer dónde puede ser de mayor beneficio para la organización.

9. UNA CRISIS ES EL MOMENTO PARA AUMENTAR LA COLABORACIÓN ENTRE EL SECTOR PRIVADO Y LOS GOBIERNOS.

Independientemente de la posición política de una empresa u organización, durante una situación como ésta es indispensable mantener una relación colaborativa con el gobierno. Esto va desde mantener los canales de comunicación abierta, hasta brindar el apoyo posible a las medidas. La colaboración puede hacer una diferencia significativa tanto dentro como fuera de una organización.

10. HAY QUE MANTENERSE ATENTOS A LA TRANSFORMACIÓN CULTURAL

Y ECONÓMICA.

Las crisis tienen impacto en casi todos los aspectos de la vida de los individuos y la sociedad y, muchos de éstos, pueden volverse permanentes. Desde empresas que adaptan sus modelos de negocio hasta nuevos servicios que surgen de la necesidad, o nuevas costumbres que adopta una población, son ejemplos de las transformaciones que hay que tener en cuenta. Cuando los tiempos de crisis hayan pasado —e incluso cuanto todavía nos encontremos en ellos— será de suma importancia el adaptarse a los nuevos tiempos, ya que no todo será igual que antes. En el caso de las empresas, éstas se verán obligadas a desarrollar nuevas formas de relacionarse con sus clientes, requiriendo de mucha creatividad.

Weber Shandwick Mexico

Amanda Berenstein, *Managing Director*
amanda.berenstein@webershandwick.com
webershandwick.mx

WEBER SHANDWICK
WE SOLVE