

After works de la Com'



“Que restera-t-il de nos moyens de communiquer et de travailler après la pandémie ?”

UNE INITIATIVE
DE L'UPM©, UNION
PROFESSIONNELLE
DES MÉTIERS DE LA
COMMUNICATION

UPMC@UPMC.BE
WWW.UPMC.BE

1. Télétravail

Le télétravail a été plus ou moins facile à mettre en place selon la société, le nombre de collaborateurs, le domaine d'activités mais aussi et surtout selon son état d'avancement dans la philosophie du télétravail. Pour certains, il était déjà mis en place partiellement : le matériel était donc prêt, la logistique rodée, les collaborateurs habitués. Pour d'autres, cela a été l'occasion de tester ... et pour la plupart d'approuver ! Même si la frontière vie privée/vie professionnelle devient plus ténue chaque jour qui passe et pèse sur certains, les avantages de la formule sont nombreux (déplacements limités, moins de surfaces occupées dans les bureaux, ...). Il faudra donc parfois trouver d'autres raisons de revenir au bureau, car force est de constater que le simple fait d'exécuter son travail n'est plus une raison suffisante.

2. Digital vs. Humain

Si, par la force des choses, le digital s'est imposé comme LA solution à la pandémie, l'humain derrière la machine reste et doit rester au centre des préoccupations. Qui est-il ? Que pense-t-il ? Quels sont ses besoins ? En tant que communicant, nous devons absolument éviter l'écueil de l'oublier : plus que jamais, nous devons tout mettre en œuvre pour toucher la personne derrière l'écran. Le canal influence inmanquablement notre façon de travailler et d'agir, mais il ne doit pas guider nos choix.

Afin de garder le lien avec leurs employés, certaines entreprises ont mis sur pied des actions envers leur personnel telles qu'animations diverses, conférences sur les gestes et posture à adopter en télétravail... et même des balades dans les bois à distance.

3. Visioconférence

Les outils de visioconférences tels que Zoom, Teams, Skype... et autres ont vu leur popularité et leur usage exploser ! Rien de plus facile en effet, une fois entrés dans les mœurs, que de se connecter en un clic pour une réunion ou une conférence (si notre connexion est bonne, condition sine qua non à remplir). La grande absente de ces échanges ? La convivialité. Il est donc essentiel de se réserver un temps dans l'ordre du jour pour partager, échanger, rire, ... Par contre, il est fini le temps d'un déplacement de plus de 4h pour assister à 1h de réunion. Il faudra donc jongler habilement entre réunion en « présentiel » et à distance pour retrouver la cohésion, garantir socialisation et efficacité.

4. Transparence et retours aux sources : une communication claire, bienveillante et précise

Ce qui a fonctionné et continuera de perdurer, c'est la transparence de la communication. Pour maintenir le lien avec ses publics, il a fallu mettre en avant un message clair et transparent, accessible et sans fioritures. A priori, finis les paillettes et les messages alambiqués, il faudra être simple et efficace pour toucher le cœur de nos cibles ! Et pourquoi pas, revenir à des moyens de communication plus traditionnels un peu mis de côté mais jamais oubliés.

5. En conclusion

La crise sanitaire a touché différemment les organisations en fonction de leur taille et de leur secteur : un indépendant ou une TPE a certainement eu plus de mal à faire face qu'une grosse entreprise. Il reste néanmoins quelques mots-clés qui parlent à tous pour préparer la communication d'après pandémie : **Résilience – Transparence – Créativité – Oser.** ■

