

4 GROTE IMAGO-UITDAGINGEN IN CRISISTIJD

2 mei 2020

We moeten het niet onder stoelen of banken steken: de coronacrisis heeft een grote invloed en zal waarschijnlijk nog een grotere invloed hebben op de ondernemerswereld. Voor de één werd het zwart voor de ogen en zakte de moed in de schoenen bij het aanschouwen van de steeds groter wordende liquiditeitstekorten. Voor de ander is het alle hens aan dek om de toeloop aan werk en verkoop georganiseerd te krijgen. Bij de één worden de medewerkers op tijdelijke werkloosheid gezet, de ander zoekt wanhopig naar extra man- of vrouwkrachten.

Wat een troost kan zijn, de corona-uitdagingen zijn er voor iedereen, alleen is elke uitdaging anders. Wat je ook doet of moet doen, je bedrijfsimago moet je steeds hoog zien te houden.

Welke de uitdagingen daarin zijn, dat lees je hier:

- **Blijf in je leiderschapsrol**

Kruip niet in je schulp. Wacht niet af en toon leiderschap. Sta op en communiceer het probleem. In deze blog lees je hoe je dat best doet.

Richt je eerst tot je medewerkers. Je hebt ze hard nodig in crisistijd. Wees transparant in de verwachtingen en de te nemen maatregelen. Blijf met je medewerkers communiceren ook al is dit vanop afstand. Geef hen het vertrouwen, samen komen jullie hierdoor.

- **Zet stakeholders centraal**

Na de interne communicatie volgt de externe communicatie. Naast je medewerkers zijn er ook nog klanten, leveranciers, partners en beleidsmakers waarbij je de vragen en onzekerheden moet opvangen. Serveer hier geen eenheidsworst: elke groep heeft andere behoeften. Onderzoek deze behoeften en voorzie een crisiscommunicatie op maat.

- **Wees voorbereid**

“If you fail to prepare, you are preparing to fail.” Niemand kan voorspellen wat komen zal, maar probeer toch zo goed mogelijk alle scenario's voor ogen te houden en voorbereid te zijn op vragen, opmerkingen of zelfs afwijzingen. In crisissituaties is tijd je grootste vijand. De mate van je wendbaarheid zal bepalend zijn voor de snelheid waarmee je kan schakelen. Een goede voorbereiding is daarbij het halve werk.

- **Wees wendbaar**

In crisistijd verandert de situatie met de dag, soms met het uur. Inconsistente, vertraagde, onnauwkeurige, foute en tegenstrijdige informatie is nefast voor je bedrijfsimago. Pas een goed doordachte en continue communicatie toe. Laat van je horen en wees bereikbaar bij vragen en onzekerheden.