

---

INZICHT

Auteurs

Ankie Bosch &  
Marlou Jenneskens

CORONA,  
CRISIS EN  
COMMUNICATIE:  
EEN STEVIGE  
BASIS VOOR  
EEN WERELD  
DIE WANKELT

**Viastory**  
**Creative Agency**

April 2020

# CORONA, CRISIS EN COMMUNICATIE: EEN STEVIGE BASIS VOOR EEN WERELD DIE WANKELT

De persconferentie van de minister-president die mensen aan de buis gekluisterd hield? Het leek iets uit vervlogen tijden, tot drie weken geleden. Limburg, Nederland, Europa, de wereld: we hebben een gezamenlijke vijand. Een virus maakt ons doodsbang en laat ons tegelijkertijd inzien hoe afhankelijk we zijn van elkaar. Hoe communiceer je in deze tijd van totale verwarring waarin feiten, cijfers en fake news je om de oren vliegen? Vijf tips voor communicatie in crisistijd:

# 1 COMMUNICEER VROEG EN VAAK

Wat je kunt leren van Mark Rutte? Wacht niet met communiceren tot je álle antwoorden hebt maar begin met wat je weet. Communiceer dat met iedereen die relevant voor je is: van medewerker en leverancier tot aandeelhouder. In onzekere situaties wordt je bedrijf of organisatie met veel en grote vragen geconfronteerd. Het belangrijkste wat je moet doen? Antwoord geven. Wacht niet! Wees eerlijk over waar je je op baseert, wat je niet weet en over wanneer je verwacht meer te kunnen vertellen. Zo voorkom je onrust en bied je houvast.

# 2 CREËER EEN 'CHAIN OF COMMAND'

Of je nu een internationale speler bent of een kleine ondernemer: in tijden van crisis moet je snel kunnen reageren als de actualiteit daar aanleiding toe biedt. Stel daarom allereerst een team samen, of wijs één woordvoerder aan. Geef mandaat en maak snelle reactie mogelijk. Evalueer en herijk wanneer nodig en zorg voor voorspelbaarheid. Rust, reinheid, regelmaat zijn belangrijker dan ooit. Als mensen weten wanneer ze nieuws kunnen verwachten, zorgt dat hoe dan ook voor rust.

# 3

## MAAK TIJD VOOR JE MENSEN

Digitaal samenwerken is geen sinecure: van kinderen die het beeld in banjeren, tot ‘horen jullie mij?! ik zie jullie niet! oh nu wel’. Juist in deze hectiek en onzekerheid is het belangrijk om tijd te maken voor elkaar. Je medewerkers zijn tegelijkertijd leerkrachten, je collega is ook mantelzorger. Nu iedereen zich zorgen maakt, zijn gesprekken belangrijker dan ooit. Of het nu op maandagochtend een half uurtje keuvelen met een digitaal kopje koffie is, om de dag een email aan je team of een whatsappgroep vol flauwe plaatjes: creëer je eigen rituelen. Juist in onzekerheid ontstaat duurzame verbinding.

# 4 WEES DUIDELIJK

Ook slecht nieuws kan je positie als betrouwbare partner versterken. Als je maar weet hoe je het brengt. Ga niet over op radiostilte als het lastig wordt maar blijf communiceren. Formuleer je boodschap helder en eenduidig. Deel wat je doet en doe wat je zegt. Zorg dat je informatie klopt en jouw boodschap maar op één manier uit te leggen is. Vermijd onnodige ruis en durf te rectificeren.

# 5

## WORD HET BESTE BEDRIJF VOOR DE WERELD

Juist nu deze crisis de wereld splijt, zijn wij mensen saamhoriger dan ooit. We doen boodschappen voor de burens, klappen voor de zorg en zijn bijna helemaal gestopt met hamsteren in de supermarkt. Als bedrijf is dit het moment waarop je je betrokkenheid bij je omgeving kunt en moet laten zien.

Door je middelen, kennis en vaardigheden in te zetten voor het grotere geheel, kun je vandaag nog het verschil maken. Iedereen kan iets doen. Van kaartjes schrijven aan het zorgcentrum om de hoek tot 130.000 liter desinfectiemiddel produceren, zoals DSM deed om tekorten in de zorg te voorkomen. Doe wat je kan. Maar doe het alleen als je motief écht zuiver is. Je wil immers niet als 'Zondag met Rumag' eindigen.

# HOOFD KOEL, HART WARM

Voor goede communicatie in tijden van crisis is één ding onmisbaar: empathie. Als bedrijf of organisatie moet je verder kunnen kijken dan je eigen boodschap. Je oprecht verdiepen in je publiek. Wat houdt hen wakker? Lever je bijdrage, ook als dat niet in je eigen belang is. Eerlijkheid maakt kwetsbaar, het goede doen kost geld. Nu ons fundament zo aan het wankelen is gebracht, gaat een nieuwe balans ontstaan. Deze crisis biedt de kans om even stil te staan en het écht beter te gaan doen. Wil jij als je over 10 jaar terugkijkt op dit moment, concluderen dat je er sterker uit bent gekomen? Begin dan gewoon met het verschil te maken, vandaag.



Kom tot inzicht.  
Onze strategen staan voor je klaar.



Marlou Jenneskens  
+31 6 30 78 57 15  
marlou@viastory.com



Toos Hofstede  
+31 6 55 22 48 77  
toos@viastory.com



Luc Wassen  
+31 6 55 77 48 31  
luc@viastory.com

Als strategisch bureau voor  
communicatie en marketing  
geloven wij in de onbegrensde  
kracht van creativiteit.

Samen vinden we de beste manier  
om te werken aan positieve groei.  
Groei die niet ten koste gaat, maar  
in het voordeel werkt van de wereld.

#inzicht

**Viastory**  
**Creative Agency**

April 2020