



La comunicació en temps de COVID-19

Cristina Salvador
Both. People & Comms
www.weareboth.com

Maig de 2020

ÍNDIX

10.00 h **Introducció i comunicació externa**

1. La comunicació en temps de Covid-19
2. Com ser notícia als mitjans de comunicació quan vivim en monotema
3. Com mantenir el contacte amb els nostres públics i enfortir la comunitat
4. Noves estratègies en comunicació cultural

11.00 h **Empatia i comunicació interna**

5. Empatia i gestió d'equips en remot
6. La piràmide de Maslow del Covid
7. Com enfortir la comunicació interna

11.30 h **Preguntes dels participants**

12.00 h **Fi de la sessió**

sde

Servei de
Desenvolupament
Empresarial

Both People
B Comms.

1

La comunicació en temps de Covid



sde

Servei de
Desenvolupament
Empresarial

Both People
Comms.

LA COMUNICACIÓ ÉS CLAU PER ATENDRE LA COMPLEXITAT

- La ciutadania està confosa. Exigeix transparència i respostes
- Les fake news són poderoses. Cal combatre la desinformació amb comunicació veraç.
- Els equips i col·laboradors necessiten orientació i suport per dur a terme la seva tasca.
- Hem d'ordenar, planificar i donar informació de servei adequada i a temps.
- La comunicació esdevé clau per pal·liar els efectes de la crisi, que sovint són emocionals.

TENIM UN PLA



QUÈ HA PASSAT?

- Avaluació del context: s'analitza què ha passat, què està passant, i què s'ha fet fins al moment.
- Avaluació status a mitjans i xarxes socials.
- Fixem objectius i estratègies de comunicació



QUÈ HEM DE DIR, QUI I COM?

- Definició d'un relat dels fets i creació d'un argumentari i FAQs (preguntes i respostes)
- Pla de portaveu principal i secundaris.
- Estratègia organització en rol de "solucionador" eficaç



DEFINICIÓ DE PÚBLICS I CANALS

- Selecció i definició de canals de comunicació als diferents públics: web, xarxes, mitjans, canals municipal, megafonia, mailing, senyalística, etc.
- Estratègia de públics: interns, externs, institucionals...



PLA DE COMUNICACIÓ-IMPLEMENTACIÓ

- Establiment pla d'accions de Comunicació
- Monitorització i atenció 24/7 a mitjans i converses a xarxes socials
- Pla de treball i calendari de comunicació: Fases

CONTEMPEM 3 FASES

CONTENCIÓ INFORMATIVA

Respon a la pregunta, què ha passat? Per què? Què he de fer?

- La primera fase de contenció està prevista mentre duri el moment àlgid de la crisi i el confinament o aïllament social.
- En aquesta primera fase és clau donar resposta àgil, veraç i amb qualitat de manera proactiva, organitzada (per optimitzar recursos) i omnichannel a tots els dubtes.

COMUNICACIÓ I PARTICIPACIÓ

Respon a la pregunta, Què puc fer? Com puc ajudar?

- Aquesta fase comença durant la fase de contenció, quan ja s'ha donat les primeres respostes de servei.
- En aquesta fase posterior a l'acció inicial informativa, treballarem per implicar les audiències en accions que ens generin "orgull de pertinença o afiliació" i mostrin com hem estat responsables, solidaris, proactius i creatius en la gestió de la crisi.

RECUPERACIÓ I RECONeixEMENT

Respon a la pregunta, i a partir d'ara què? I els danys qui els paga?

- En aquesta fase, un cop ha passat el moment àlgid de la crisi, farem una comunicació activa i creativa per recuperar l'activitat social, econòmica, cultural... i reconèixer sacrificis i aprenentatges.
- Treballarem per recuperar imatge i engagement.

01

MAPA DE RISCOS

Analitza els possibles riscos i anticipa't

- De clima i laborals
- De business continuity
- Reputacionals ...

02

FONTS DE DETECCIÓ D'ALERTESES

Identifica i monitoritza les fonts de detecció d'alertes internes i externes. Segueix informació veraç i contrastada.

03

COMITÈ DE CRISI

Designa els membres del comitè de la crisi del Covid-19 i gestiona la presa de decisions.

04

STORYTELLING

Dissenya la història, recorda el teu propòsit i valors i anticipa un Q&A.

10

MESURA I ITERA

Anticipa, planifica i tingues la humilitat d'iterar i aprendre de la resposta de les teves audiències.

PLA DE COMUNICACIÓ DE CRISI DEL CORONAVIRUS EN 10 PASSOS

05

PLA D'ACCIÓ I FASES

Diferència entre les fases de contenció, engagement, continuïtat i tancament.

09

TRAINING I ASSESSMENT

- Prepara als teus portaveus, assaja les respostes, interioritza els missatges
- Deixa't acompanyar per consultors de comunicació

08

LIDERATGE

Defineix els portaveus, fes un pla de proximitat per al top management, acompanya i apodera als comandaments intermedis.

07

PÚBLICS

Dibuixa el mapa de públics. Diferencia la comunicació global de la segmentada per col·lectius.

06

CANALS I ESCOLTA

Gestió integrada i omnichannel (IN & OUT) de la crisi, focus en l'escolta.

COVID-19 A IGUALADA

COMPAREIXENÇA DIÀRIA

GESTIÓ DEL RELAT I ESTRATÈGIA

A XARXES:

< 20 MIN TEMPS DE RESPOSTA A USUARIS

ACTUALITZACIÓ DIÀRIA A XS

+ 1.000% VISIBILITZACIÓ PERFILS

+ 1.100% INTERACCIÓ PUBLICACIONS

+ 14.000 MINUTS REPRODUÏTS

+3.000 SEGUIDORS A XS



FIRA TRAPEZI REUS

REUNIONS VIRTUALS

Both ha creat un gabinet de crisis format per: Ajuntament Reus, Comunicació Reus Cultura, ICEC i Regidoria de Cultura per establir els possibles escenaris sobre l'organització de la Fira Trapezi 2020.

La data inicial de celebració de la Fira estava prevista del 14 al 17 de maig. Des de Both s'envia una nota d'ajornament amb una nova data: del 9 al 12 de juliol.

Les reunions amb el gabinet de crisis via zoom són quinzenals i en aquestes trobades es plantegen els diferents escenaris, i les seves pròpies estratègies de comunicació.



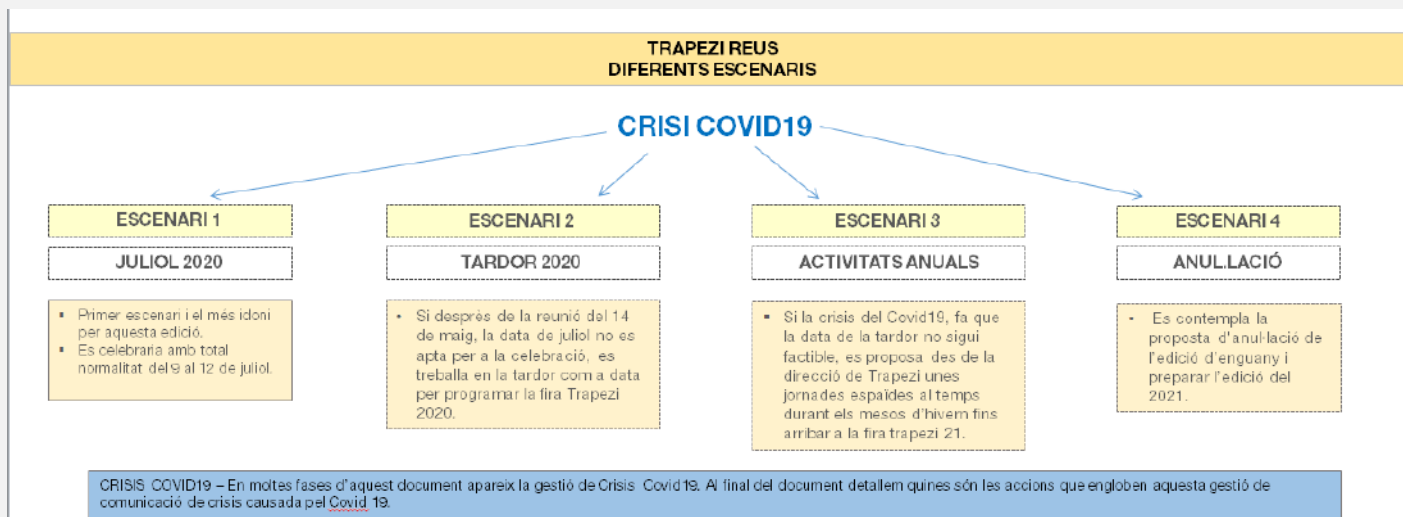
Aplazan la feria internacional de circo Trapezi Reus por el coronavirus



ESTRATÈGIES DE COMUNICACIÓ PER A FINS A 4 ESCENARIS DIFERENTS

La situació actual de desconfinament ens deixa escenaris molt diferents d'actuació per a la comunicació cultural.

És important tenir controlats tots els possibles escenaris i tenir preparades estratègies per a cada una d'elles.



2

Com ser notícia als mitjans...
...quan tot ho cobreix el monotema



sde

Servei de
Desenvolupament
Empresarial

Both People
Comms.

SANT JORDI: ROSES VIRTUALS CASA SEAT



A iniciativa de Both, amb motiu de la celebració de Sant Jordi, CASA SEAT va crear una *landing page* que oferia l'oportunitat d'enviar gratuïtament una rosa virtual dissenyada per l'artista **Conrad Roset** i personalitzar-la amb un poema.

L'acció va néixer amb la voluntat de oferir als ciutadans una manera participativa e innovadora de gaudir d'aquesta data tan senyalada, i va rebre una molt bona acollida:

- Més de **8'000 roses enviades** en 24 hores
- PR VALUE superior als **400 mil euros**
- Impactes en les principals capçaleres, tant **autonòmiques com estatals** (Diari ARA, El Periódico i La Vanguardia, però també El País, Marca o ABC), a més d'impactes en **matinals de radio autonòmics** i **gran difusió a les xarxes socials**

Hola!

Català

¡Hola!

Español

Hello!

English

ESTRATÈGIA DE CONTINGUTS

Informació de servei en el context COVID-19

Com podria la cultura donar informació de servei per pal·liar els efectes emocionals del Coronavirus?

La Vanguardia

<https://www.lavanguardia.com/vida/20200401148250444955/oftalmologos-piden-extremar-la-proteccion-de-los- ojos-para-evitar-el-contagio.html>

Miè, 1 de abr de 2020 11:37

Audiència: 2.675.062

Ranking: 7

VPE: 13.402,06

Pàgina: 1

Tipologia: online

AUDIENCIA

ONLINE
35.937.453

PAPEL
6.015.100

TOTAL
41.952.553

Oftalmólogos piden extremar la protección de



Miércoles, 1 de abril de 2020

Barcelona, 1 abr (EFE).- Los oftalmólogos del Centro de importancia de proteger la vista para prevenir el contagio del



CÓMO SE PEGA A LAS CÉLULAS DEL PULMÓN

• Los síntomas más serios no están provocados por el virus, al menos no directamente, sino por una sobreexcitación de



GUÍA PARA ESTAR A SALVO



¿Cuáles son los síntomas? Los síntomas más comunes son fiebre, tos, y sensación de falta de aire. En algunos casos también puede haber diarrea y dolor abdominal. La mayoría presentan síntomas leves. Los casos más graves, en los que la infección puede causar neumonía, dificultad importante para respirar, fallo renal e incluso la muerte, generalmente ocurren en personas mayores o con enfermedades crónicas.



Como se si he estado en contacto estrecho con un caso positivo
Si ha sido cuidador o ha tenido un contacto o menos de dos metros de forma continuada con una persona enferma se considera contacto estrecho. Si no tiene síntomas, Sanidad indica que durante 14 días deberá quedarse en casa, salvo necesidad de asistencia sanitaria o indicación por trabajar en un servicio esencial. Si se encuentra enfermo, deberá aislarse en su habitación.



¿Cómo prevenir el contagio? Las medidas básicas de protección incluyen: lavarse de manos frecuentemente (con agua y jabón) o soluciones alcoholizadas, al toser o estornudar, cubrirse la boca y la nariz con el codo flexionado; usar pañuelos desechables, y tirarlos tras su uso; evitar tocarse los ojos, la nariz y la boca, ya que las manos facilitan la transmisión; si presenta síntomas, debe aislarse en una habitación.



Qué hago si sospecho que estoy contagiado/donde llamo
Si los síntomas son leves, llame a

Como aislar en caso a una persona con síntomas
El enfermo deberá permanecer siempre en la misma habitación, ventilada y con la puerta cerrada, con productos de higiene de manos y un cubo de basura. Si es posible, utilizará su propio baño. Deberá evitar acercarse a

3

La gestió de públics i comunitat

sde

Servei de
Desenvolupament
Empresarial

Both People
Comms.





4

Noves estratègies en comunicació cultural



#YoMeQuedoEnCasa
FESTIVAL

sde

Servei de
Desenvolupament
Empresarial

Both People
Comms.

ACTIVITATS EDUCATIVES DES DE CASA

Recursos didàctics digitals per treballar els cicles de l'aigua.



LA VANGUARDIA | L'11 Y Baix Llobregat

Diàlecto La crisis del coronavirus en España: la desespecialización

CORONAVIRUS **El Museo de les Aigües ofereix a escoles el seu catàleg d'activitats educatives**

• El professorat podrà treballar amb els alumnes una sèrie d'activitats que anteriorment es realitzaven en les instal·lacions

Imatge de arxivio del Museu de les Aigües (Foto: Carlos)

Al minuto

Laura Sorribes: "Nos alarma la opinión, pero nos alegra más la inversión demográfica"

Una nueva denuncia fillos maltrato para regalar a su excoñita curtidis corporativa

MCNIA 2019: La crisis afecta las

LA CIÈNCIA DE L'AIGUA A CASA

Experiments del Dani Jiménez per replicar a casa i aprendre les propietats de l'aigua.



Museu de les Aigües @MuseuAigues

Que l'aigua mulla, ho tenim tots clar. 😊 Però creieu que esteu preparats per a aquell dia plujós ☁️ en què els petits de casa us pregunten el perquè? La @cienciadeldani us ha preparat un nou experiment en família per tal d'aprendre-ho plegats!

Per què mulla l'aigua?
Experiments amb aigua en família Que l'aigua mulla, ho tenim tots clar. Però creieu que esteu preparats per a aquell dia pluj...
youtube.com

5:49 p. m. · 30 d'abr. de 2020 · Twitter Web App

MUSEU EGIPCI BARCELONA

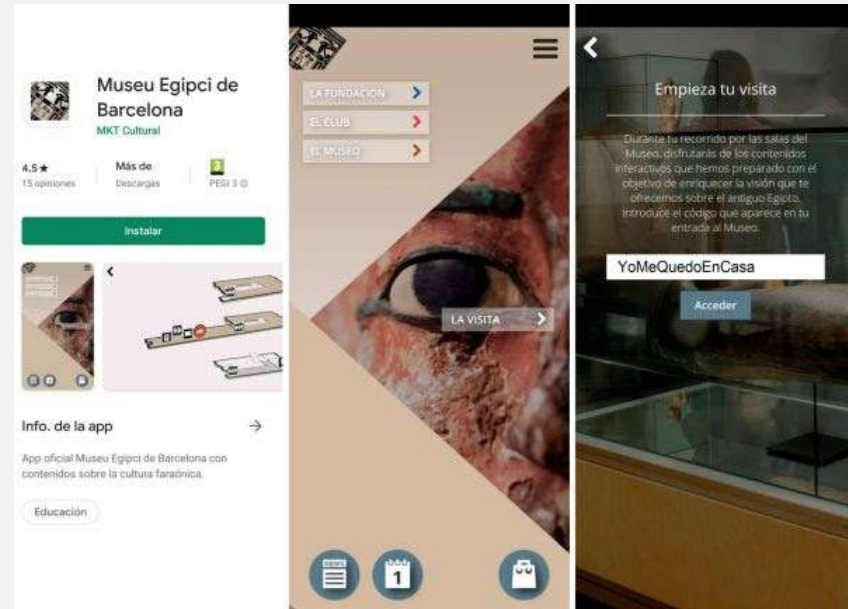
APP VIRTUAL

Els museus van ser dels primers en tancar reduint la seva difusió als mitjans.

Amb el Museu Egipci ens van reinventar a partir de la seva pròpia aplicació que fins ara no s'havia fet servir.

Una difusió als mitjans de l'apertura gratuïta de l'app, a partir d'un codi: #YoMeQuedoEnCasa, ens va servir per dos grans objectius:

1. Campanya de difusió del Museu Egipci amb inclusions a agendes (Time Out, Què fem?), diaris nacionals, TV i radio.
2. A partir del codi la direcció del Museu va tenir clar que apostar per nous i cibernètics públics era (és i serà) clau per a la futura comunicació post Covid19.



MUSEU EGIPCI BARCELONA

IMPACTE CAMPANYA APP MUSEU EGIPCI

AVE TOTAL: 512.000 € (font Kantar Media)



MUSEU EGIPCI BARCELONA

Both People & Comms.

IMPACTE CAMPANYA APP MUSEU EGIPCI



OCIO Y CULTURA ON BARCELONA QUÉ HACER HOY CINE LIBROS PELÍCULAS MÚSICA SERIES TEATRO ENTRADAS

OCIO EN EL SALÓN

Qué hacer en casa en la cuarentena por el coronavirus: Agenda 1 de abril

Mireya Roca
BARCELONA - MIÉRCOLES, 01/04/2020 - 14:24



El Museu Egipci de Barcelona inaugura la exposició 'Pasión por el Egipto faraónico', el 11 de julio del 2018. / RICARD FABRIQUE

sde Servei de Desenvolupament Empresarial
cuento instanti recitado que se encargará de difundir la Librería Sendak.

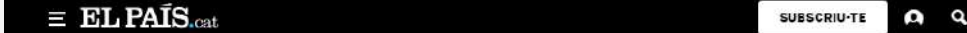
presentamos algunas estrategias que han surgido, o que se han potenciado, en este nuevo contexto.

Visitas virtuales

Desde hace varios años, se pueden explorar las colecciones digitales de museos como el **Museu Nacional d'Art de Catalunya**(MC1), el **British Museum** y muchos más. Asimismo, distintas instituciones y equipamientos ofrecen **tours virtuales**: es el caso del **Louvre**, la **Capilla Sixtina**, la **Pinacoteca de Brera**, el **Metropolitan Museum** (que lo ofrece en 360º con una tecnología inmersiva). A través de **Google Arts and Culture** se puede, por ejemplo, visitar el **Natural History Museum de Londres**, uno de los 1000 museos representados en esta plataforma. También el **Art Projector** de Google nos permite visualizar una obra de arte en 3D en nuestra casa. ¿Quién no ha soñado en tener un Van Gogh o un Frida Kahlo en su salón? Con las instituciones cerradas, se han producido algunas visitas insólitas, como lo ha demostrado **The Shedd Aquarium** de Chicago: ¡sus pingüinos aprovecharon la cuarentena para explorar el edificio!

Las exposiciones virtuales, también ofrecidas a través de la plataforma **Google Arts and Culture**, se muestran como una opción perfecta para mantener la distancia social. De la misma manera, algunos museos, como el **Museu d'Història de Catalunya** o las **Galerías de los Oficios** en Florencia, realizan exposiciones en línea. Podemos también realizar una visita virtual de un pasado remoto con el proyecto **Tarraco 360** (URV/IGAC). En Italia, la emergencia sanitaria ha acelerado la creación de un proyecto del **Castello di Rivoli** llamado **Cosmo Digitalis**, un espacio digital para exponer obras de arte especialmente concebidas para este canal de difusión. Las aplicaciones, como **Virtualmusei**, que agrupa los museos de Cataluña, son otras vías para acercarse a la oferta patrimonial y cultural. El **Museo Egipcio de Barcelona**, por ejemplo, ha puesto a disposición su aplicación **Audioguide** con el código **YoMeQuedoEnCasa**, incluyendo una visita virtual, contenidos y juegos.

Para disfrutar de manera activa de estas visitas y exposiciones virtuales, se han creado propuestas de **learning-by-doing** como el grupo de **sketchnote hangout**. Esta comunidad se encuentra de manera virtual durante una hora para hacer notas y dibujos que comparten entre ellos y de los cuales reciben comentarios *por parte de los dinamizadores* (MC2)(C3) sobre un lugar mantenido como sorpresa hasta el último momento.



CORONAVIRUS

Les mòmies et venen a veure a casa

El Museu Egipci de Barcelona ofereix la possibilitat de visitar la seva col·lecció sense moure't





#PerUnaAbrçada #PorUnAbrazo

Clinicbarcelona.org/perunaabracada

5

Empatia i gestió d'equips en remot



sde

Servei de
Desenvolupament
Empresarial

Both People
B Comms.

DECÀLEG D'EMPATIA EN REMOT

1. **Sé transparente:** Trata a los equipos como los adultos que son, ofrece información veraz, de servicio
2. **Sé flexible:** con los horarios, con las necesidades
3. **Practica la aceptación:** normaliza esta nueva normalidad
4. **No juzgues:** no anticipes, juzgues o minimices los sentimientos de tu equipo
5. **Conecta:** practica la cercanía, llama más, promueve conversaciones si puede ser con vídeo
6. **Escucha:** activa y conscientemente, sobretodo sin exigir respuesta
7. **Personaliza:** Las personas tienen reacciones diferentes ante una situación de estrés, respeta sus tempos, necesidades
8. **Ayuda a conciliar:** Ponte límites a ti misma en los horarios y ayuda a tu equipo a que también lo haga
9. **Muéstrate:** Acepta tu vulnerabilidad, explica cómo te sientes, comparte tus dudas. Liderar es hoy asumir responsabilidades no mando, aprende a co-crear
10. **Sé coherente:** en tus pensamientos, palabras y acciones. Conecta con tu propósito y valores, y con los corporativos. Para tu salud mental y para la confianza de tu equipo. Lo que hagas durante un momento tan sensible pesará mucho.

6

La Piràmide de Maslow del Covid



sde

Servei de
Desenvolupament
Empresarial

Both People
B Comms.

PIRÀMIDE DE MASLOW DE LA COVID-19



1. CERTESES MÍNIMES:

Sostenibilitat i pervivència de l'empresa

2. SEGURETAT:

**Que la gent senti que la seva feina
és un entorn de treball segur**

3. EL PAPER DELS MANAGERS: Sostenir converses amb els equips

4. RECONeixEMENT GENUÍ:

**Aprendre a gestionar des de la confiança,
la co-creació i la participació**

5. VISIÓ DE L'EMPRESA:

Explicar la nostra història i la nostra capacitat d'aportar solucions

6. FEEDBACK PERSONALITZAT:

Adaptar-nos a les necessitats de treballadors, clients i proveïdors

7. COMUNICACIÓ GENUÏNA:

Aconseguir l'efecte sense que es noti la cura

7

Com enfortir la comunicació interna



sde

Servei de
Desenvolupament
Empresarial

Both People
B Comms.

UNA CAMPAÑA EN 3 FASES

#0

PRECAMPAÑA
Planificación

#1

PRE-ONBOARDING
Antes de la
reincorporación

#2A

GETTING TO NEW
NORMAL
Primeras
reincorporaciones

#3

ENGAGED WITH
NEW NORMAL
Consolidación de la
nueva normalidad

#2B

GETTING TO NEW
NORMAL
Últimas
reincorporaciones

#1 PRE-ONBOARDING

- **Infografía** “Lo estamos preparando todo para ti”
- **Vídeo** “Así te encontrarás la oficina / lugar de trabajo cuando vuelvas”.
- **Landing de tributo** a las personas a quienes la enfermedad o la situación laboral no les ha dejado reincorporarse.

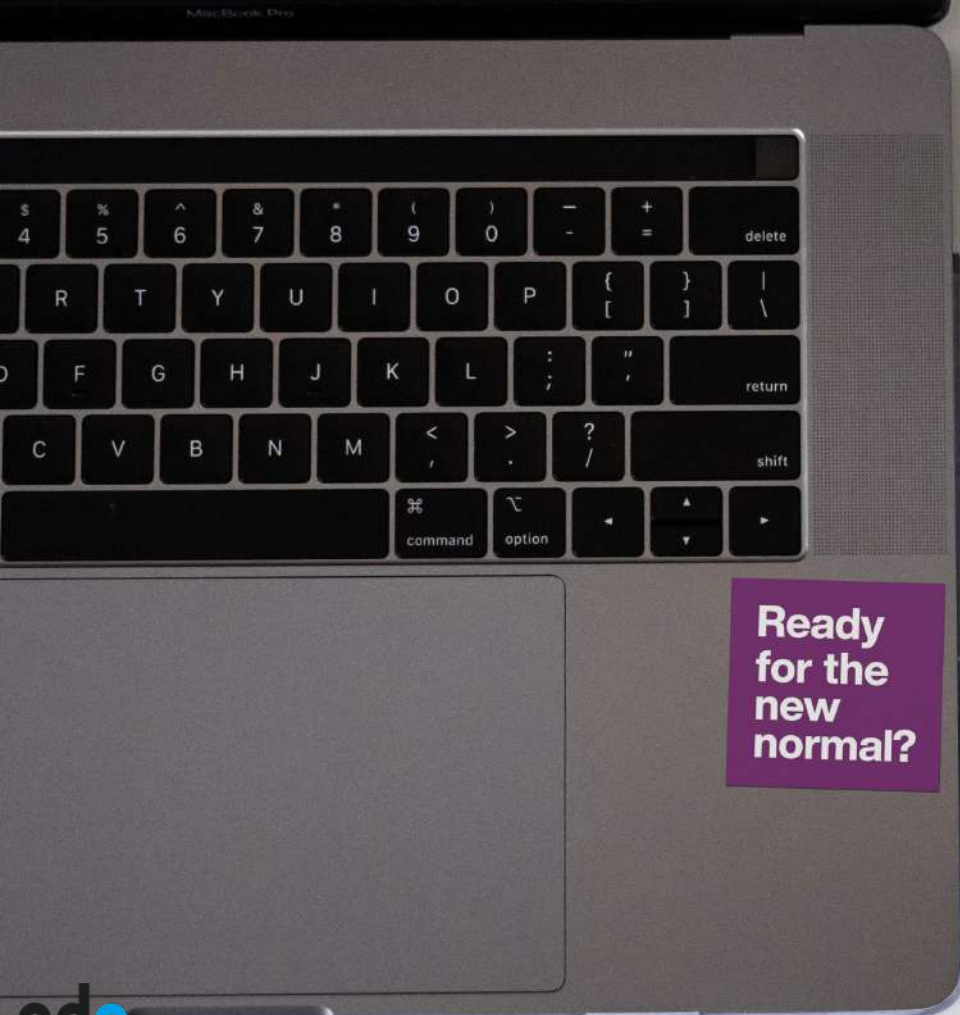


#2 ONBOARDING

- **Kit de señalética** de awareness para puntos calientes de la oficina: normas impresora, sala reuniones, comedor, lavabos, tornos...
- **Banner** para canales digitales internos.
- **Vinilos** para lugares de higienización: baños y cocinas.
- **Vídeo de bienvenida** (dirección/ responsable).
- **Merchandising** para marcar el progreso de la vuelta a la normalidad (pegatina laptop)
- **Kit de higiene** con el branding de la campaña.

**Ready
for the
new
normal?**





**Ready
for the
new
normal?**



READY FOR THE NEW NORMAL | cuenta atrás

TENEMOS GANAS DE VOLVER A ESTAR JUNTOS.

08 11 48
DÍAS HORAS MINUTOS

¡Ya ha empezado la cuenta atrás!

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

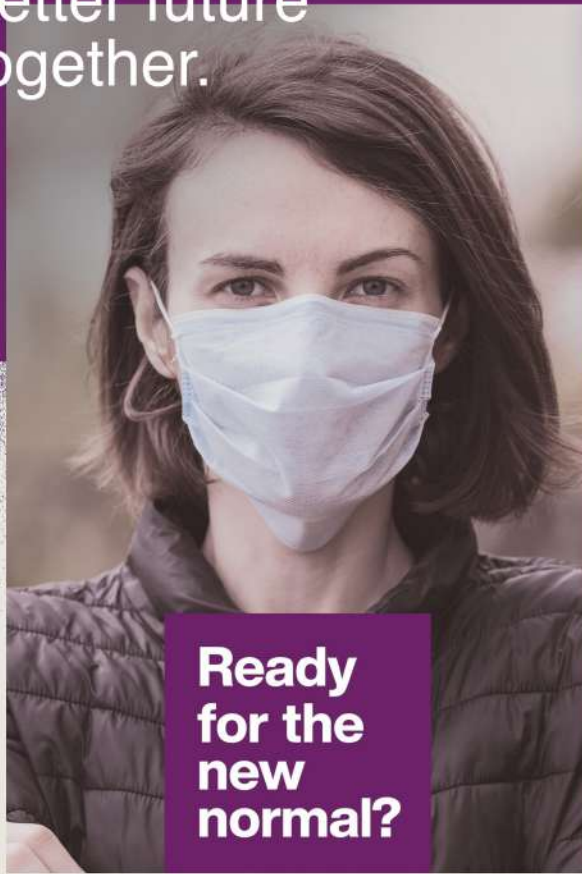
**Ready
for the
new
normal?**

Let's build a
better future
together.



**Ready
for the
new
normal?**

Let's build a
better future
together.



**Ready
for the
new
normal?**

Let's build a
better future
together.



Ready
for the
new
normal?

Let's build a
better future
together.



Ready
for the
new
normal?

Ready for the new normal?



Unplug your phone.
Remove Cases or Covers.



Spray microfiber cloth
with 70% Isopropyl alcohol



Wipe down the phone.
Clean both front and back.



Use a dry cotton swab to
clean small areas



Allow the phone to dry
completely for at least 15 minutes

Ready
for the
new
normal?

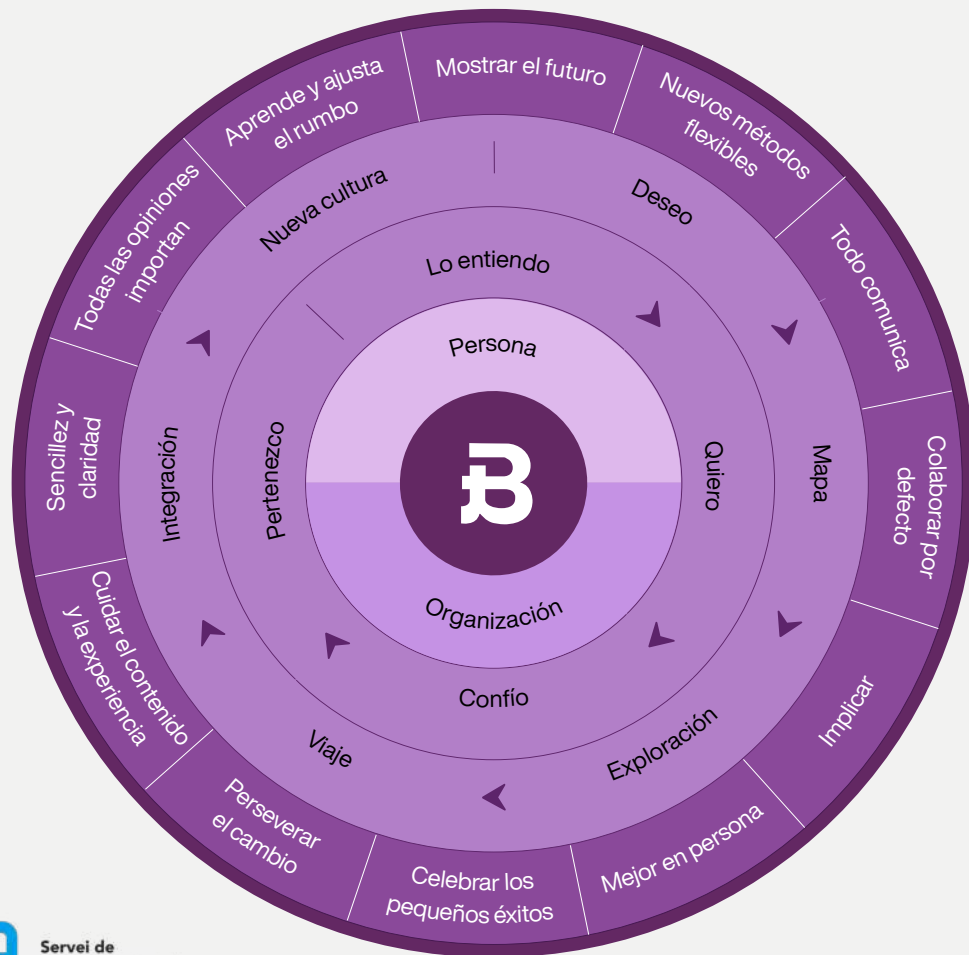


LA RUEDA DEL CAMBIO BOTH



B

BOTH - Nuestro rol en la transición a la nueva normalidad:
Acompañar desde la comunicación y la **mirada humana** a gestionar el impacto del cambio en la **cultura y engagement.**



2 DIMENSIONES:

- Persona & Organización

4 PILARES:

- Lo entiendo
- Quiero hacerlo
- Confío
- Formo parte

6 ETAPAS

12 PRINCIPIOS

La Rueda del Cambio BOTH

12 PRINCIPIOS:

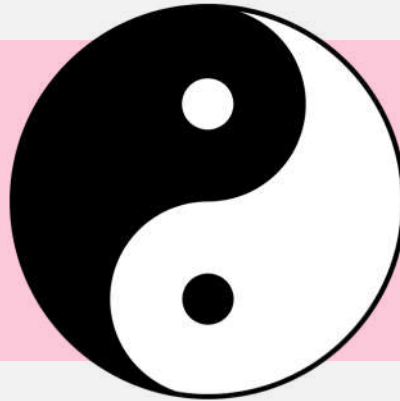
NUESTRA INSPIRACIÓN: AGILE MANIFESTO*

*adaptado a la comunicación
para el new normal

1. Help people understand what the future will look like
2. Be flexible to adapt messages & strategy
3. Everything you do is communication
4. Collaborate. Teamwork as a habit
5. Recognize & engage people all along the way
6. Face-to-face is better
7. Celebrate quick wins (and failures that help you learn)
8. Be consistent. Sustain change
9. Attention to content & experience
10. Be clear. Simplicity: only fit-for-purpose comms
11. Listen to all voices & empower people
12. Learn & adjust regularly

LA DUALIDAD EMOCIONAL: individual & colectiva

CURIOSIDAD, APRENDIZAJE
ACCIÓN, EMPATÍA
POSITIVIDAD, PERSISTENCIA
ACEPTACIÓN, EMPODERAMIENTO
MOTIVACIÓN, PERTENENCIA



RESISTENCIA, DEPRESIÓN
SHOCK, PASIVIDAD
MIEDO, INSEGURIDAD
DESINTERÉS, NEGACIÓN
AISLAMIENTO, DESAPEGO

**ESCUCHAR A AMBAS CON EMPATÍA ES
NECESARIO PARA EL CAMBIO**

Ready for the new normal?



**Internal Comms
makes work a
better place.**

Cristina.salvador@weareboth.com
@_crissalvador

Both People
B Comms.

SERVEI DE DESENVOLUPAMENT EMPRESARIAL (SDE)

Sergi Orobitg - sorobitg@gencat.cat

Adriana Todó - atodob@gencat.cat

Lala Boldú - eboldú@gencat.cat

Tel. 935.565.199

sde.icec@gencat.cat

www.sde.cultura.gencat.cat

sde

Servei de
Desenvolupament
Empresarial



Generalitat de Catalunya
Institut Català
de les **Empreses Culturals**