

RECOMANACIONS, CAP A UN NOU MODEL COMUNICATIU

DETECCIÓ DE
BONES PRÀCTIQUES
COMUNICATIVES
EN PERÍODE DE PANDÈMIA



1

Informació de **servei públic** generada per al curt termini, el repte és consolidar aquesta visió estratègicament i vincular-la a la **reputació corporativa**, a la **captació de talent** i al **engagement professional**.

2

L'impacte de la pandèmia continua i té **una dimensió emocional** i una **altra racional** per tota la ciutadania, i també és rellevant per als professionals. En aquest marc, les organitzacions han de continuar vetllant pel funcionament de l'entitat (nova normalitat i benestar emocional dels treballadors).

3

Enfortiment del valor de marca i cultura organitzacional. Les organitzacions han guanyat crèdit reputacional davant la societat, el repte és mantenir aquests nivells de crèdit.

5

Comunicació humanística i innovadora. Consolidació de nous llenguatges, formats, canals i eines de comunicació.

4

Mantenir una conversa oberta i permanent amb els diferents públics a través d'informació rigorosa, personalitzada i adaptada.



6

Digitalització inclusiva per a professionals i ciutadania compatibilitzant-la amb la comunicació offline.

7

Seguir monitoritzant les accions de comunicació des del punt de vista dels tangibles i avançar en els intangibles per retre comptes i millorar.

8

Una bona gestió de la comunicació esdevé un escut protector davant d'altres possibles situacions de crisi.



9

Avançar en la **prevenció i educació de la ciutadania** i contribuir a les polítiques públiques de salut.

10

Consolidar la funció directiva de la comunicació, clau en la gestió de la pandèmia i la post pandèmia. Més formació per als professionals i també pels **líders comunicatius naturals** que han fet de portaveus i generadors de confiança en els moments més durs.

