



# SUGGERIMENTI PER LA COMUNICAZIONE IN SITUAZIONI DI EMERGENZA A CURA DI UN ESPERTO DEL SETTORE SANITARIO

## IN CHE MODO UN RESPONSABILE DELLA GESTIONE DEI CONTENUTI RISPONDE A EMERGENZE LOCALI E GLOBALI

Attraverso le nostre partnership il team di Lionbridge si imbatte spesso in clienti con esperienza in aree di nicchia. In un momento in cui l'epidemia da COVID-19 assorbe i pensieri di tutti noi, vogliamo condividere alcune valide considerazioni acquisite dalla nostra rete sulla risposta alle situazioni di emergenza. Ecco che cosa ci ha detto il responsabile della gestione dei contenuti di una grande azienda del settore sanitario.

### 1 COME VENGONO GESTITE LE SITUAZIONI DI CRISI NELLA TUA AZIENDA?

La mia azienda ha sempre avuto al suo interno un team di gestione delle situazioni di crisi per affrontare le emergenze dal punto di vista dei dipendenti. Nel tempo, il ruolo del nostro gruppo si è trasformato e siamo stati maggiormente coinvolti nella comunicazione, in particolare quella con i clienti.

### 2 CHE COSA RENDE SPECIALE L'APPROCCIO DELLA TUA AZIENDA?

Abbiamo deciso di diffondere le notizie su una situazione di crisi solo se possiamo offrire valore aggiunto a chi ne è colpito. Con l'abbattersi di una calamità naturale, ad esempio, possiamo allentare certi requisiti per accelerare l'accesso alle risorse da parte di clienti che possono essere stati trasferiti.

### 3 QUALI CONSIGLI HAI PER LE AZIENDE CHE STANNO CERCANDO POSSIBILI RISPOSTE ALL'EPIDEMIA DA COVID-19?

Prima di tutto semplificare. Individuare tempestivamente chi è in possesso della versione definitiva di un documento, per evitare la circolazione di bozze. In passato avevamo un numero di telefono diverso per ogni situazione di crisi che dovevamo gestire, ma questo approccio si è rivelato troppo dispendioso sia per i clienti sia per i nostri dipendenti. Oggi abbiamo un numero unico.

In secondo luogo, localizzare ovunque possibile. Il nostro portale per i clienti ha accesso ai codici postali e di conseguenza possiamo includere informazioni personalizzate per le persone più colpite da una malattia infettiva, una strage, una calamità naturale o altri eventi. In questo modo, possiamo fornire informazioni nella lingua principale del cliente e offrire, ad esempio, traduzioni in spagnolo in base alla località e alla preferenza.

In terzo luogo, essere sempre pronti a cambiare. La nostra risposta all'epidemia da COVID-19 è cambiata molto rapidamente man mano che la malattia passava da fenomeno dei paesi oltreoceano a problema degli Stati Uniti continentali. Il mio team ha accesso diretto per la modifica a un centro risorse dettagliato, per cui possiamo produrre aggiornamenti senza intralciare le altre sezioni del nostro sito web principale. Questi eventi sono imprevedibili e richiedono risposte flessibili. Vogliamo essere proattivi, anticipare la reazione.