

**COVID-19**

**#AsegúrateDeHacerTuParte**

## GESTIÓN DE QUEJAS Y COMUNICACIÓN CON GRUPOS DE INTERÉS Y COMUNIDADES

Desde este frente son varios los interlocutores y públicos de interés (clientes, proveedores, aliados, entre otros). Una comunicación clara y transparente resulta vital en medio de la contingencia para que cuando pase la crisis, las relaciones se vean fortalecidas y en armonía.

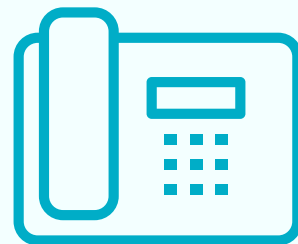
Así mismo, hay aspectos de carácter operativo (producción de productos, entrega de servicios) que deben ser tenidos en cuenta para la continuidad del negocio.



Te detallamos algunos ítems y las acciones sugeridas a implementar:

## GESTIÓN DE QUEJAS

- Brindar atención a todos los clientes y demás actores es importante en estos momentos. Responde y entrega soluciones según las peticiones, quejas y reclamos dentro de los tiempos establecidos para evitar sanciones.
- Responde de manera asertiva, transparente y en contexto, poniéndote en el lugar del otro.
- Sé empático, escucha, entiende el momento que están viviendo tus clientes.
- Tener una comunicación precisa que oriente a tus clientes o grupos de interés en los cambios que puedas tener en tu empresa es determinante. Compárteles medios de contacto, horarios de atención, reprogramaciones, compromisos vigentes y plazos establecidos por modificar, entre otros. Las quejas se dan cuando se incumple la promesa de valor o la expectativa que tengan los clientes frente a tus servicios.
- Todos estamos bajo la misma coyuntura y resulta desacertado no hacerle frente a la situación o renunciar a compromisos sin llegar a acuerdos.
- En la medida de lo posible, busca formas alternativas de prestar tus servicios sin afectar a tus clientes. Es el momento de ser creativos.
- Habilita canales de acceso para que tus clientes puedan contactarse con la compañía con el menor esfuerzo posible.
- Piensa cómo puedes anticiparte a las necesidades e inquietudes de tus clientes y grupos de interés.





## COMUNICACIÓN FRECUENTE CON GRUPOS DE INTERÉS

A los clientes, proveedores, aliados y comunidad le resulta de valor conocer las acciones y medidas que implementas cuando se presenta una crisis. En estas situaciones:

- Enfócate en lo que es importante: medidas de higiene, procedimientos para incrementar la limpieza y garantizar las condiciones adecuadas de manipulación de productos.
- Informa las nuevas alternativas para la prestación de servicios como la activación de nuevos canales y uso de plataformas.
- Brinda partes de tranquilidad cuando sea necesario.
- Ninguna marca debe quedar como oportunista. De hecho, hacerlo es un golpe directo en la reputación. Primero, haz parte de la solución ayudando con tus productos disponibles o servicios.

- No uses en tus campañas publicitarias el COVID-19 para intentar obtener mejores ganancias.
- Que la presencia física no sea una barrera. Si al interior de los equipos de trabajo de tu empresa resultan efectivas las llamadas y videoconferencias, verifica si para tus clientes y grupos de interés funciona. No pierdas conexión con tus diferentes interlocutores: proveedores, clientes, comunidad.





## PROACTIVIDAD CON LAS COMUNIDADES

Lo que sucede dentro de las organizaciones alrededor del COVID-19 afecta a todos en las comunidades y su alrededor. Como mínimo, las empresas deben hacer todo lo posible para asegurarse de que sus acciones no afecten negativamente a los grupos de interés.

De igual forma, las crisis pueden verse como un momento para mejorar las relaciones en los entornos locales donde opera.

- Sé generoso proporcionando recursos como artículos de limpieza o alimentos para las personas en cuarentena.

- Brinda información a los medios locales para ayudar a calmar a las comunidades. Esto impacta positivamente en la credibilidad de la empresa.
- Habla abiertamente de lo que está pasando al interior de la empresa. Esto genera transparencia y responsabilidad.

