

Par Marianna Valetta en partenariat avec [Mirovia](#)

Temps : 3'30''

En ces temps d'incertitude et d'inquiétude, de fermetures de bureaux, de reports de réunions et d'urgences à résoudre, il est difficile de maintenir un contact régulier avec les clients du cabinet. Pourtant, les entreprises doivent pouvoir compter plus que jamais sur leurs avocats pour les conseiller au jour le jour sur les nouvelles mesures gouvernementales.

Même en télé-travail, avocats et comptables coopèrent avec leurs entreprises clientes pour assurer la pérennité industrielle du pays. Dans ce contexte, la communication doit jouer un rôle central pour rassurer, soutenir et aider les entreprises dans le combat pour leur survie.

ÊTRE PRÉSENT À TOUT INSTANT

Les cabinets de services professionnels sont confrontés à une situation inédite, qu'aucun professionnel n'a jamais eu à gérer et qui a déjà des conséquences considérables sur l'économie. Si les grandes entreprises seront capables de résister grâce à des structures et finances plus flexibles, les petites et moyennes entreprises risquent d'être durement touchées. Comment puis-je garantir la sécurité de mes employés ? Quels bureaux non indispensables peuvent être suspendus ? Comment pourrais-je faire face aux énormes pertes économiques que nous subissons ? La liste des questions que se posent aujourd'hui les entrepreneurs donne le tournis. Ces questions exigent des réponses complexes et à la hauteur des enjeux.

Communiquer en temps de crise signifie non seulement de devoir faire face à l'urgence de ses clients mais aussi de bouleverser l'organisation même du travail en interne et de ses services de conseil. Dès le début de la crise, de nombreux professionnels ont écrit à leurs clients pour les rassurer sur la continuité de leurs services et leur ont relayé toutes les informations disponibles sur les mesures gouvernementales.

Cela ne suffit toutefois pas. Dans cette phase, il est nécessaire de mettre en œuvre une communication "**symétrique à double sens**" : **symétrique**, parce qu'elle met tous les sujets sur le même plan et que la réussite la communication elle-même dépend du degré de satisfaction mutuelle des deux. Les newsletters peuvent en fait être définies comme de simples outils d'information où je (le sujet A) détient l'information et la transmet au client (B).

En revanche, une **communication à double sens**, répondant à la réalité des besoins immédiats des clients, devrait d'abord comporter un moment d'écoute et de recueil des demandes et, seulement ensuite, la préparation d'une réponse qui puisse être aussi utile que possible pour les différentes cibles. Il est donc crucial de pouvoir **transformer son "communiquer à" en un "communiquer avec"** plus preneur en temps mais efficace. En ce sens, la communication elle-même devient une partie des conseils du professionnel.

Ce n'est pas un hasard si les journaux et les portails d'information demandent à nos entreprises clientes de s'exprimer aujourd'hui sur la gestion des ressources humaines, l'organisation des entreprises, les questions juridiques et fiscales, avec une approche exclusivement pratique comprenant des études de cas et des scénarios hypothétiques. C'est l'application de la réglementation dans la vie quotidienne d'une entreprise qui intéresse les clients. Alors que ces conseils pratico-pratiques sont généralement évoquées uniquement entre les professionnels et leurs clients, l'urgence actuelle rend nécessaire la mise à disposition pour tous de ces informations. Par exemple, une première solution peut consister à créer une rubrique FAQ sur votre site Internet ou sur les autres canaux de communication de l'entreprise.

Les questions fréquemment posées sont en effet très utiles en cas d'urgence. Le gouvernement italien lui-même, les régions et les médias, utilisent cet outil pour répondre aux questions les plus simples et les plus courantes des citoyens et entreprises. Cette solution permet de recentrer ressources et énergies sur les demandes et besoins les plus complexes.

Comme nous l'avons déjà mentionné, les avocats, les comptables, les juristes en droit du travail et les conseillers financiers, sont en première ligne dans cette guerre pour sauvegarder notre système économique. Les compétences, idées et stratégies des professionnels du conseil sont plus que jamais cruciales aux travailleurs, gestionnaires et entrepreneurs. Leur capacité à identifier et à s'emparer de toutes les incitations, compensations, mesures offertes par le gouvernement jouera un rôle clé dans les prochaines semaines dans la préservation de nos entreprises et de leurs savoir-faire. La capacité de décryptage et de communication autour des nouvelles dispositions et règlements sera cruciale.

Par ailleurs, le télé-travail pour ceux qui n'y sont pas habitués peut-être problématique, notamment en termes de disponibilité des associés et de temps de réponse aux clients. Nous vous suggérons d'être aussi transparent que possible dès le début : indiquez clairement à vos clients que l'accès à certains services pourra être ralenti, que les appels et réunions se font à travers des plateformes

digitales en leur indiquant la marche à suivre pour télécharger ces outils. Il est très important de donner à vos clients et fournisseurs toute l'information dont ils ont besoin et de les rassurer sur l'efficacité et la continuité de vos services.

Enfin, il est également crucial de maintenir le contact avec vos clients, afin que même en ces temps d'isolation sociale, ils sentent que vous êtes à leurs côtés durant cette épreuve.

[L'article original en anglais](#)