



#COOP'
MOBILISÉES
& SOLIDAIRES !



ENQUÊTE COMMUNICATION DE CRISE

Réponses

lundi 9 novembre 2020

CONTEXTE

- Les nouvelles mesures sanitaires prises par le Gouvernement pour lutter contre la propagation de l'épidémie COVID-19 nous ont contraints à nous adapter très rapidement, notamment en terme de communication. Il est primordial que chaque public (locataire, accédants, prospects...) reçoive l'information la plus fiable afin que la coop d'hlm puisse maintenir son activité et sa qualité de service.
- Une enquête flash a été réalisée dans le but de sonder et mieux visualiser les différentes situations parmi les coopératives d'hlm à ce jour. Les réponses permettront d'apporter les supports nécessaires au plus grand nombre.
- L'enquête flash a été envoyée mardi 3 novembre à une communauté de 34 communicants.
- L'enquête concerne la période de re-confinement qui a débuté le 30 octobre 2020.

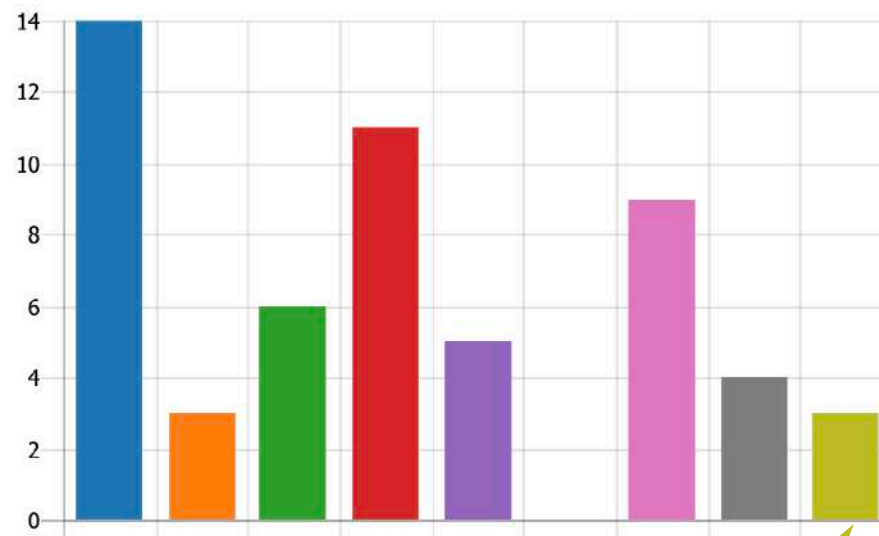


RÉPONSES

Q1

Afin de bien informer vos publics du fonctionnement de la coop d'ilm face à la situation actuelle, quel.s type.s de communication avez-vous ou prévoyez-vous de lancer auprès des locataires et/ou accédants ?

● Via votre site web (actualités, ...	14
● Via votre newsletter	3
● Via campagne e-mailing spéci...	6
● Via vos réseaux sociaux	11
● Appels téléphoniques	5
● Via campagne SMS	0
● Affichages en agence	9
● Affichages en résidence	4
● Autre	3



Autres :

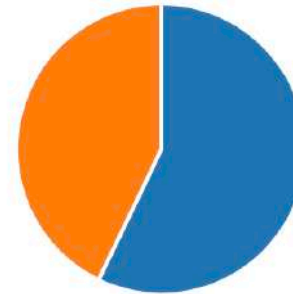
- Extranet locataire
- Extranet acquéreur
- Événement digital

Afin de bien informer vos publics du fonctionnement de la coop d'hlm face à la situation actuelle, quel.s type.s de communication avez-vous ou prévoyez-vous de lancer auprès des locataires et/ou accédants ?

- *Nous n'avons pas trop de mises à jour à faire car nous maintenons les rendez-vous en agence et les autres rendez-vous avec les locataires comme ce que nous faisons encore les semaines précédentes.*
- *Communication externe via le magazine des locataires, l'affichage dans les halls, les courriers, LinkedIn et la com interne via la lettre d'info, l'affichage des consignes sanitaires, les communiqués...*
- *Informations pour limiter les déplacements, rappel des moyens de paiement à distance, des numéros de téléphone des accueils et pour les problèmes techniques...*
- *Notre activité étant uniquement l'accession, nous sommes à disposition des clients par voie dématérialisée ou en rendez vous chez eux s'ils le valident*
- *POP UP sur notre site internet
Post sur les réseaux sociaux
information covid en signature mail
Message pour prévenir que nous continuons à travailler et à les recevoir au siège sur RV*
- *Nous avons distingué les moyens de communication et le messages en fonction du récepteur : acquéreur (impact chantier) via happywait et appels téléphoniques, locataire-accédants (si problème pour régler redevance) via campagne mailing, partenaires (mail au CA et news sur le site)*
- *campagne téléphonique à j=15 du confinement pour prendre des nouvelles de nos locataires accédants.*
- *Mailing via CRM auprès des prospects et les clients, Vidéo sur FB, Postes FB et IG, Bandeau site et actualité sur notre site.*
- *Nous informons nos locataires et accédants via différents canaux pour permettre à chacun d'accéder à l'information (numérique et print).*

Q2

Avez-vous ou prévoyez-vous de mettre en place des opérations de soutien à destination de vos locataires / accédants ?



- *Campagne téléphonique : les gardiens appellent leurs locataires de plus de 65 ans*
- *Webinar de présentation des dispositifs d'accession, de nouveaux programmes*
- *Mis e en place d'un chatbot sur notre site web*
- *Standard maintenu : toute l'équipe reste joignable par mail et téléphone*
- *Nous pensons à mettre en place un webinar ou vidéo explicative pour le BRS par exemple*
- *Rendez-vous clients de présentation en visio*
- *Communication sur l'accompagnement de la coop d'hlm en cas de difficultés*
- *Mise en place de digital events avec les acquéreurs dans le neuf afin de les tenir informés sur l'évolution des chantiers*
- *Soutien auprès des seniors via des associations relais (portage de courses, facilité de paiement, etc...)*

Analyse des réponses Q1 et Q2 :

Les types de communication des coopératives d'hlm déployées depuis la mise en place du reconfinement le 30 octobre 2020

Les canaux de com :

Communication digitale

- Actualités site web, pop up
- Réseaux sociaux
- Newsletters clients et prospects
- Espaces clients / extranet locataires / accédants via portail site web, SharePoint ou application et plateforme de commercialisation digitale type Happywait
- Signature de mail
- Création de vidéos explicatives (interview ou motion design)
- Création d'infographies

Communication print

- Magazine des locataires
- Affichages hall
- Courriers

Maintien des rdv

- Physique en agence en cas d'urgence + gestes barrières
- A distance, rdv visio / téléphone

Campagne de phoning / appels téléphoniques

Webinar

- Conférence en ligne interactive

Contenu des messages :

Informations générales sur le maintien des activités des coop d'hlm :

- Horaires d'ouvertures des agences
- Numéros de téléphone
- Accompagnement et services maintenus
- Rencontres possibles sur RDV
- Rappel de l'existence des espaces clients
- Rappel moyens de redevances possibles en ligne
- Rappel des numéros des supports techniques

Pour les acquéreurs dans le neuf : suivi de chantiers

- via espaces client / plateforme de commercialisation
- ou événements digitaux en direct afin de les tenir informés de l'évolution des chantiers

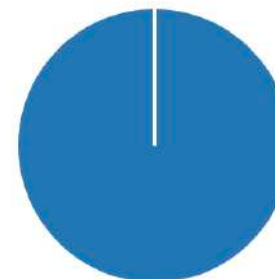
Pour les prospects et clients :

- Présentation des nouveaux programmes en commercialisation via conférences interactives en ligne
- Présentation des différents dispositifs d'accession

Rappels sur les gestes barrières à respecter en toutes circonstances ;

Communication interne : avez-vous ou prévoyez-vous des actions à destination des collaborateurs de la coop d'hlm ?

● Oui	14
● Non	0



- *Campagne emailing avec annonce de la nouvelle organisation*
- *Nous maintenons notre newsletter et allons organiser un team building virtuel en décembre.*
- *Communications ciblées sur le télétravail par exemple...*
- *Newsletter, slack*
- *Réunion quotidienne des chefs de services pour actualiser les information reçues et postérieures a la mise en confinement de vendredi 31 octobre ; gestion au jour le jour de la continuité des activités suivi chantier en qualité de maître d'ouvrage et maintenir l'activité et la gestion commerciale suite à l'impossibilité d'accueillir du public*
- *Notice d'information sur les mesures COVID, les restrictions rendez vous et déplacements chantiers assurés*
- *Messages réalisés et organisés par UES pour l'ensemble des collaborateurs du groupe*
- *Plan continuité d'activité relayé par les responsables aux équipes*
- *Appels téléphoniques quotidien, et zoom hebdo ensemble de l'équipe et zoom individuel 2 fois par semaine*
- *Poursuite de la mise en place des actions de communication interne mises en place pendant le premier confinement : workplace, entre news.*
- *Une réunion d'informations et un mailing*
- *Mise en place d'événement digital avec une animation en ligne avec l'ensemble des collaborateurs + Renforcer la communication via notre Blog Interne*
- *Mesures sanitaires adaptées en fonction des nouvelles annonces gouvernementales : charte de télétravail réadaptée et mesures sanitaires renforcées + Diffusion via l'intranet*

Analyse des réponses Q3 :

Communication interne : les actions à destination des équipes

Les pratiques :

Maintien du lien avec les collaborateurs

- Newsletters, lettres d'infos ;
- Blogs interne ;
- Appels téléphoniques ;
- Visioconférences réunion d'équipe et point individuel, fréquence quotidienne, hebdomadaire ;
- Team building virtuel ; événement digital avec une animation en ligne portée par l'ensemble des collaborateurs,
- Espaces collaboratifs, workplace type SLACK ;

Les messages :

Informations le fonctionnement et sur le maintien des activités des coop d'hlm :

- La nouvelle organisation ;
- Le télétravail : charte réadaptée ;
- Infos actualisées fréquemment sur :
 - la continuité des activités,
 - le suivi des chantiers en qualité de maître d'ouvrage,
 - la gestion commerciale

Plan continuité d'activité relayé par les responsables aux équipes

Rappels sur les gestes barrières à respecter en toutes circonstances et renforcement des mesures sanitaires

Aujourd'hui, quelles sont vos priorités en terme de communication pour cette période de reconfinement ? Quels sont les besoins de votre coopérative d'hlm ?

- *Communiquer régulièrement en s'adaptant aux évolutions de la situation. Agilité, souplesse et anticipation.*
- *L'objectif est à nouveau de maintenir le lien, nous souhaitons poursuivre nos objectifs et nos activités, que ce soit en télétravail ou en présentiel, nous devons continuer à répondre en matière de qualité et de satisfaction de nos parties prenantes.*
- *Recrutement en cours d'une chargée de communication digitale pour assurer la production de contenus graphiques exponentiels en cette période de confinements et le suivi des réseaux sociaux*
- *Accompagner nos clients et prospects. Maintenir le lien. Préserver notre image "coopérative".*
- *Limiter les déplacements du public en réalisant le plus d'activités à distance.*
- *Pouvoir communiquer des infos génériques à nos clients via une plateforme d'info des coop pour permettre à des structures moyennes comme les nôtres de ne pas être isolé dans leur communication*
- *Continuité de l'accompagnement client à distance visio /mail . Des informations des suivis de chantier sur les réseaux*
- *Les besoins sont essentiellement commerciaux ... comment continuer à toucher des prospects ?*
- *Mise en place d'un formulaire de convocation clients pour signature de contrat, réunion avancement chantier liée aux appels de fonds, livraison logements accession...*
- *Rassurer l'ensemble des parties-prenantes et s'assurer que l'équipe n'est pas en souffrance*
- *Continuer à vendre, donc conquête et transformation de nouveaux clients*
- *Le soutien psychologique est t-il toujours ou à nouveau en place ?*
- *Informers les locataires du maintien de notre activité (nos équipes sont toujours disponibles via mail, téléphone ou en cas d'urgence sur RDV) / Informers les accédants du maintien de notre activité (RDV à distance, mais les chantiers se poursuivent pour maintenir les dates de livraisons) / Réadapter les plans de comm pour les lancements commerciaux : axer davantage les campagnes vers le digital. / Informers les copropriétaires (RDV à distance, AG à distance, visites sur site uniquement en cas d'urgences)*

Bilan des réponses Q4 :

Les priorités des coopératives d'hlm en cette période de re-confinement depuis le 30 octobre 2020

Les objectifs & priorités :

- Communiquer de façon régulière,
- Maintenir le lien avec tous les publics cibles, interne / externe,
- Accompagner les clients, avec des rdv à distance (physique si urgence), événement à suivre en ligne,
- Rassurer l'ensemble des parties-prenantes

- S'adapter aux évolutions de la crise,
- Digitaliser autant que possible les activités pour limiter les déplacements

- Préserver l'image coopérative ;
- Garder une cohésion d'équipe,
- S'assurer que les équipes ne soient pas en difficulté (notamment psychologiquement)

- Maintenir les activités :
 - Poursuivre les objectifs commerciaux : vendre, transformer prospects en clients
 - Continuer à répondre en matière de qualité et de satisfaction des parties prenantes
 - Assurer la bonne diffusion d'informations concernant les suivis de chantiers
 - Mise en place d'un formulaire de convocation clients pour signature de contrat
 - Réunions sur l'avancement des chantiers liés aux appels de fonds
 - Assurer la livraison des logements accession

- Recruter un.e chargé.e.s de communication, spécialisés en digital : production de contenus éditoriaux, graphiques, diffusion et suivi réseaux sociaux ;



RAPPELS DES OUTILS MIS EN PLACE PAR LA FÉDÉRATION

Le kit de communication « Prévention COVID19 »

Ce kit de communication est composé de 6 affiches + 1 signature de mail.

Les affiches illustrent les principales mesures de sécurité dans la lutte contre la COVID19 à destination des collaborateurs et du public (pour les zone d'accueil du public).

A télécharger ici : <https://www.hlm.coop/ressources/all/11262>

Les affiches (au format A3) peuvent être reprises et personnalisées par vos structures. Pour cela, envoyez-moi un email (ilham.elmisbahi@hlm.coop)

RESTONS SOLIDAIRES ET RESPONSABLES !





Gardez une distance physique d'un mètre



Toussez et éternuez dans le pli de son coude



Se laver les mains régulièrement



Saluer sans serrer la main, évitez les embrassades

SE PROTÉGER ET PRÉSERVER CEUX QUI NOUS ENTOURENT
Respectez les gestes barrières, évitez les mesures de distanciation physique pour éviter la transmission du covid19



#COOPSOLIDAIRES

PORT ET RETRAIT DES GANTS

Port des gants



#COOPSOLIDAIRES

EN CAS DE SYMPTÔMES DU COVID19

Tout individu ayant présenté des symptômes tels que la fièvre, le toux, une perte d'appétit, une fatigue, une perte de goût ou de l'odorat, ou d'autres symptômes, n'attendez pas, restez à l'isolement !



#COOPSOLIDAIRES

COMMENT PORTER UN MASQUE ?
La meilleure des protections pour vous et pour vos proches est de respecter les gestes barrières et la distanciation physique.



#COOPSOLIDAIRES

COVID19. RESPECTONS LES GESTES BARRIÈRES.
Préservez votre santé et celle de ceux qui vous entourent.



#COOPSOLIDAIRES

ORGANISATION DU TRAVAIL



#COOPSOLIDAIRES

Télétravail : les bonnes pratiques

L'infographie est à télécharger ici : <https://www.hlm.coop/ressources-adherents/all/11248>

PRATIQUES ET CONSEILS SUR LE TÉLÉTRAVAIL

En cette période de pandémie, plus que jamais le télétravail est le mode d'organisation qui permet d'assurer une continuité de l'activité en dehors des locaux de l'entreprise, et permet de ce fait de respecter l'obligation de confinement auxquels les citoyens sont soumis.

Pour ce faire, le présent guide relate les bonnes pratiques et conseils sur le télétravail, à appliquer durant la période de confinement, lorsque le travail peut être aménagé ainsi et afin que les conditions de travail soient optimales. Il est à noter que le télétravail ne se concilie pas avec la garde d'enfant, les arrêts maladies etc.



Poursuivre l'activité commerciale en ligne avec la plateforme HAPPYWAIT

HAPPYWAIT digitalise la vente et le parcours d'achat dans l'immobilier neuf et simplifie la relation client.

La plateforme HAPPYWAIT permet en quelques instants de générer automatiquement le contrat de réservation, de le faire signer à distance ou en bureau de vente grâce à la signature électronique.

Plusieurs coopératives d'ilm en font aujourd'hui l'expérience.

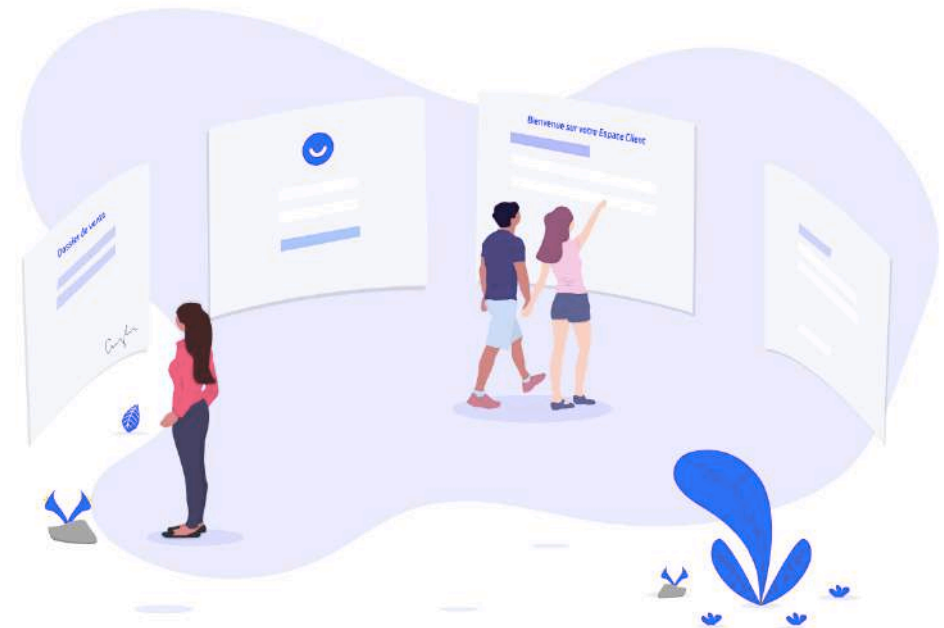
Pour plus d'informations sur le service Happywait, notre contact :

Noémie Guillois-Audic,
Responsable commerciale
T. 02 30 96 37 68
M. 07 70 00 72 11
noemie@happywait.com
<https://www.happywait.com>

Offrez une expérience complète de la signature à la livraison

Simplifiez vos process et améliorez la satisfaction client

+ Dossier de vente digital + Espace client



L'actualité des COOP'HLM

La fédération diffuse chaque semaine une newsletter à ses abonnées reprenant toutes les actualités de la semaine passée. Par ailleurs, en cette période de re-confinement, la [rubrique #Coop'confinées](#) est réactivée.

En tant qu'adhérent vous pouvez nous adresser vos actualités afin que nous les relayons sur le site et qu'elles soient diffusées via la news. Pour cela, envoyez-moi un email (ilham.elmisbahi@hlm.coop)





Coordonnées contact

Ilham EL MISBAHI

Cheffe de Projets Communication & Digital

Tél. : 01 40 75 79 21 – 07 63 47 37 48

www.hlm.coop

