

La salle des médias de Cingular Wireless au service du public durant la crise de l'ouragan Katrina

SURVOL

Le 29 août 2005 est survenu ce qui allait devenir la pire catastrophe naturelle de l'histoire américaine. Depuis, l'ouragan Katrina a coûté la vie à des milliers de personnes et en a forcé des milliers d'autres à se déplacer et à quitter les régions dévastées de la Louisiane, du Mississippi et de l'Alabama. Dans un véritable élan de générosité, des gens et des entreprises ont versé des millions de dollars et fait des dons en nature pour venir en aide aux sinistrés.

Cingular Wireless, la plus grande entreprise de communications sans fil des États-Unis, a rapidement compris ce qu'elle devait faire pour aider les clients, les employés et les médias pendant cette crise. La clientèle de Cingular est constituée de plus de 1 200 organismes gouvernementaux au niveau fédéral, des États et local, de même que de 95 des sociétés faisant partie du Fortune 100. Des millions d'abonnés de Cingular habitaient dans les régions touchées, tout comme plus de 5 000 employés.

Face aux pannes de réseau et au déplacement d'employés, l'équipe des communications de Cingular savait qu'elle devait se mobiliser pour fournir autant d'information en temps réel que possible aux clients, aux employés et aux médias.

LE DÉFI

Le défi de Cingular consistait à trouver une façon de tenir ses auditoires clés constamment informés des pannes de réseau, des possibilités de faire des dons et des allées et venues des employés, et ce, tout au long de la crise et sur une base de permanence au besoin.

Cingular a déterminé que les auditoires que formaient les médias, les clients et les employés avaient chacun besoin de recevoir des nouvelles de dernière heure et des informations à jour. Toutefois, la société savait que les messages et l'information qui devaient être transmis à chacun de ces auditoires allaient varier considérablement. L'équipe des communications voulait pouvoir relayer de l'information au sujet des pannes de réseau aux clients et aux médias, tout en encourageant les employés à

communiquer avec l'entreprise afin que Cingular puisse appuyer leurs efforts de secours. De plus, Cingular souhaitait informer le public du monde entier de la façon dont il pouvait contribuer aux efforts de secours par le truchement d'un programme de dons par messagerie SMS.

LA SOLUTION

Quelle que soit l'industrie, la planification en situation de crise, surtout lorsqu'il s'agit d'une catastrophe naturelle, est toujours complexe. La clé du succès consiste à maîtriser la situation et à informer les auditoires aussi rapidement et aussi fréquemment que possible. Quelques mois avant que Katrina ne se produise, l'équipe des communications de Cingular avait reconnu le besoin de mieux gérer les pages de la salle des médias de leur site Web d'entreprise afin de se doter d'un véhicule de communication plus efficace.

Cingular, dont le réseau est considérable, utilise principalement son site Web d'entreprise pour communiquer de l'information à ses clients, qu'il s'agisse de mises à jour de comptes ou de nouveaux produits et services. Depuis des années, l'équipe des communications de Cingular collabore avec le service des TI afin de mettre à jour les pages médias du site Web de l'entreprise. Bien qu'il ne s'agisse pas d'une priorité du service des TI, ils ont réussi à mettre en place un système assurant la mise à jour de ces pages une fois par semaine. Face à la croissance de Cingular, l'équipe des communications a reconnu le besoin d'établir un nouveau système permettant de personnaliser davantage les messages et de mettre à jour plus souvent les pages consultées par les médias et d'autres auditoires. L'équipe a également conclu qu'elle devait être plus proactive au chapitre de l'utilisation du site Web en préparation du lancement de nouveaux produits, de salons commerciaux et même, pour les communications en périodes de crise.

Vers le milieu de 2005, l'équipe des communications de Cingular a découvert MediaRoom, un outil Web qui confie aux professionnels des communications, plutôt qu'au service des TI, la gestion des pages de la salle

des médias. MediaRoom permet des mises à jour en temps réel de contenu qui est affiché dans le même format que celui du site Web d'une entreprise. En plus de faciliter le téléchargement du contenu habituel d'un centre de médias (biographies, énoncés d'entreprise, images, etc.) en fonction de sections préconfigurées, l'outil fournit également des « pages cachées » qui permettent à un professionnel des communications de préinstaller du contenu en prévision d'un lancement de produit, d'un salon commercial ou d'une crise, pages qui pourront être activées au pied levé.

Ayant à l'esprit ses trois auditoires, l'équipe des communications a enregistré une adresse URL unique, www.cingularhurricaneupdates.com, et l'a reliée directement à sa salle des médias. Sur cette page étaient affichés les noms des personnes-ressources dans les bureaux de Cingular au Mississippi, en Louisiane et en Alabama que les médias pouvaient joindre, des informations et des personnes à joindre en cas d'urgence pour les employés de Cingular de la région, des nouvelles concernant les réparations de réseau et l'accessibilité de celui-ci, ainsi qu'une lettre du président et chef de la direction de Cingular, Stan Sigman, exposant en détail les mesures prises par Cingular pour pallier la crise, la façon dont employés et clients pouvaient donner des fonds et des ressources et les mesures que Cingular prendrait dans les semaines et mois à venir pour s'assurer que la côte du golfe du Mexique se relève. En outre, chaque fois que Cingular faisait diffuser sur le fil de presse un communiqué en lien avec la crise, celui-ci était automatiquement affiché dans la salle des médias. Cette fonction permettait aux personnes consultant le site ou ayant été alertées par courriel d'obtenir des nouvelles de Cingular dès leur diffusion. Cingular a également affiché des photos à haute résolution de ses employés collaborant avec des clients et s'affairant à rétablir le réseau de Cingular. Ces photographies étaient accessibles aux journalistes aux fins de téléchargement. De plus, Cingular a préparé un communiqué audio MP3 auquel les radiodiffuseurs pouvaient accéder sur son site. Le siège social et les équipes de relations publiques régionales se sont mobilisés pour informer les journalistes de l'existence du site www.cingularhurricaneupdates.com et des ressources accessibles sur celui-ci.

Le service MediaRoom a permis à l'équipe des communications de Cingular d'avoir la maîtrise complète des pages de sa salle des médias qu'elle

consacrait maintenant à cette crise en devenir. MediaRoom est devenu un outil de gestion essentiel à Cingular qui devait communiquer avec un auditoire considérable durant la crise de l'ouragan Katrina.

Du tout début de la catastrophe jusqu'à ce jour, MediaRoom est devenu le point de convergence de toute l'information ayant trait aux mesures prises par Cingular face à Katrina. Le système a permis à Cingular d'émettre rapidement des alertes destinées aux clients et aux employés des régions sinistrées et de diffuser de l'information concernant les pannes de réseau, les allées et venues d'employés et la façon de faire des dons par SMS.

Cingular a fait de MediaRoom son centre de communications. Les représentants du service à la clientèle invitaient les clients à utiliser www.cingularhurricaneupdates.com comme point de référence. Toutes les communications destinées aux employés concernant l'ouragan comprenaient l'adresse URL. La page d'accueil de Cingular www.cingular.com comportait également un lien direct vers cette page. En outre, les groupes de réglementation au niveau des États et fédéral ont fourni l'adresse URL aux législateurs et aux organismes de réglementation en tant que portail d'information principal.

LES RÉSULTATS

L'équipe des communications de Cingular estime que sans MediaRoom, elle n'aurait pas pu offrir un tel niveau de réactivité. Parce qu'elle maîtrisait directement le contenu de la salle des médias, notamment la capacité d'actualiser les pages de n'importe quel endroit offrant une connexion Internet, l'équipe des communications a été en mesure d'informer les auditoires de Cingular rapidement et efficacement, tout en demeurant concentrée sur d'autres dossiers importants, comme l'établissement de stratégies à long terme devant aider les employés et les clients touchés.

Pendant l'ouragan Katrina et les semaines qui ont suivi, le trafic du site Web de Cingular a décuplé, atteignant plus de 300 000 appels de fichier par semaine, comparativement à 30 000 appels de fichier en moyenne par semaine avant la crise nationale. Cingular continue d'enregistrer bien au-delà de 200 000 appels de fichier par semaine, ce qui indique que la salle des médias fait maintenant partie des principales sources d'information de l'auditoire de Cingular.