

# DID YOU KNOW?

AN INFORMATION SHEET FOR ST. JOHN AMBULANCE MEMBERS



## COMMUNICATING CHANGE

July 1998

Vol. 5 No. 7

 **DID YOU KNOW** that St. John Ambulance across the country is in the process of change, to ensure it remains an effective leader in the health promotion field? Change provides wonderful opportunities for creativity, growth and adjustments to meet new demands. (See *Change & Charity*, article in Winter '97-'98 issue of *St. John Canada Today*.)

Any organizational change that impacts on members' roles also has the potential of raising anxiety and stress levels and reducing morale. This can result in lower productivity, safety, effectiveness and customer service. It is every leader's responsibility to help reduce any negative impact of change on their members. Resistance to change usually occurs in situations where changes:

- are perceived to lower status or prestige;
- disrupt established work routines;
- rearrange formal and informal group relationships;
- are forced without explanation or participation;
- affect the content of members' jobs;
- reduce authority or freedom of action; or
- cause fear.

Communication is a critical factor in successfully advancing change. An effective communications strategy should encompass the following key actions:

- explain the problem **and** the solution, not just the solution;
- encourage member input and feedback;
- repeat the change message – don't just deliver it once;
- be patient and understanding;
- avoid confusion – deliver the same message each time and to all audiences;
- keep all messages clear and concise;
- use different methods to explain changes (meetings, e-mail, newsletters, memos, workshops) – people learn in different ways;
- be open and honest;
- involve leaders at all levels, and encourage them to be visible in communicating changes to their members;
- match the changes to the organization's values; and
- hold the vision – it provides direction and focus, but sometimes becomes blurry as the change process takes over.

Whether or not **you** decide to initiate a message of change, communication will already be taking place, as people fill their need for information and ease their anxiety by sharing it with each other. So don't wait until everything is in place. Keep your members posted as changes unfold. Keep them interested and feeling positive.

See December 1994 issue of *DID YOU KNOW?* and the Chancellor's message in the next issue of *St. John Canada Today* for more information on Change.

# LA COMMUNICATION DES CHANGEMENTS

Juillet 1998

Vol. 5, n° 7



## LE SAVIEZ-VOUS?

FEUILLE DE RENSEIGNEMENTS À L'INTENTION  
DES MEMBRES DE L'AMBULANCE SAINT-JEAN

 **SAVIEZ-VOUS** que l'Ambulance Saint-Jean au Canada est en cours de transformation afin de demeurer une organisation leader efficace dans le domaine de la promotion de la santé? Le changement fournit de merveilleuses occasions de faire preuve de créativité, de croître et d'apporter des ajustements pour satisfaire aux demandes nouvelles. (Voir *Les activités de bienfaisance à l'heure de la restructuration*, numéro d'hiver 1997-1998 de *Saint-Jean Canada aujourd'hui*.)

Tout changement organisationnel qui a une incidence sur les fonctions des membres peut aussi causer de l'anxiété et du stress et miner le moral. Cela peut occasionner une baisse de la productivité, de la sécurité, de l'efficacité et du service clientèle. Chaque leader a la responsabilité d'aider à réduire tout impact négatif du changement sur les membres. La résistance au changement se manifeste habituellement dans des situations où les changements :

- sont perçus comme quelque chose qui diminue le statut ou le prestige;
- perturbent les affaires courantes;
- réarrangent les relations formelles et informelles au sein du groupe;
- sont imposés sans explication ou participation;
- influent sur les tâches des membres;
- diminuent l'autorité ou la liberté d'action; ou
- engendrent la peur.

La communication est un facteur critique au regard de la promotion réussie du changement. Une stratégie de communication efficace doit comprendre les actions clés suivantes :

- expliquer le problème et la solution, et non la solution seulement;
- encourager l'apport et le feedback des membres;
- répéter le message de changement - ne pas juste le transmettre une seule fois;
- être patient et compréhensif;
- éviter la confusion - transmettre le même message à chaque fois et à chaque auditoire;
- garder les messages clairs et concis;
- utiliser différentes méthodes pour expliquer les changements (réunions, courrier électronique, bulletins d'information, notes de service, ateliers) - les gens apprennent de différentes façons;
- être ouvert et honnête;
- faire participer les leaders à tous les niveaux et les encourager à communiquer les changements à leurs membres;
- associer les changements aux valeurs de l'organisation; et
- avoir une vision - cela donne une direction et un centre d'intérêt mais peut devenir floue à mesure que le changement s'opère.

Que **vous** décidiez ou non de transmettre un message de changement, la communication se fera déjà puisque les gens satisfont leur besoin d'information et soulagent leur anxiété en la partageant avec les autres. Donc, n'attendez pas que tout soit en place. Gardez vos membres informés tout au long de la mise en œuvre des changements. Maintenez leur intérêt et faites en sorte qu'ils soient dans un état d'esprit positif.

**Pour plus de renseignements sur le changement,  
voir le numéro de décembre 1994 de LE SAVIEZ-VOUS? et  
le message du chancelier dans le numéro d'été 1998 de  
*Saint-Jean Canada aujourd'hui*.**