

OD CZEGO ZACZAĆ

ZARZĄDZANIE KRYZYSOWE?



FBI

DOBRY PR EDUKACJA

POZNAJ ZASADY DZIAŁANIA W KRYZYSIE

EMERYTOWANEGO AGENTA FBI



Jeff Lanza pełnił funkcję agenta specjalnego FBI przez ponad 20 lat. Badał korupcję, oszustwa, przestępczość zorganizowaną, cyberprzestępczość i terroryzm. Obecnie Występuje regularnie na kanale Fox News i innych programach telewizyjnych w tym CNBC, Today Show, Good Morning America.

Pasjonuje się bezpieczeństwem i komunikacją kryzysową organizacji, firm i innych podmiotów. Jest certyfikowanym instruktorem FBI i wyszkolił wiele agencji rządowych i klientów korporacyjnych w zakresie radzenia sobie z komunikacją medialną w trakcie kryzysu.

NA POCZĄTEK - PIERWSZE 60 MINUT

- Bezpieczeństwo – zapewnij bezpieczeństwo wszystkich pracowników i miejsca. Zadzwoń pod numer 112, jeśli to niezbędne
- Powiadomienie - niezwłocznie powiadom Prezesa i Zarząd.
- Sztab Kryzysowy – zwołaj kluczowych pracowników do strategicznego przeglądu sytuacji i zarządzania komunikacją.
- Wyznacz Lidera komunikacji kryzysowej, który będzie odpowiedzialny za monitorowanie realizacji wszystkie zadań.
- Wyznacz rzecznika prasowego odpowiedzialnego za kontakty zewnętrzne.
- Oceń sytuację w celu ustalenia faktów.
- Określ odpowiednią odpowiedź/reakcję.
- Stwórz plan działania dla komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej.
- Opracuj rzeczowe, szczegółowe komunikaty, które odzwierciedlają stan kryzysu, kroki podjęte w celu rozwiązania problemu.
- Przygotuj konieczne tematy rozmowy i dostarcz je osobie, która odbierania połączenia telefoniczne.
- Ustal, czy konieczna jest aktualizacja komunikatów prasowych, strony www, poczty głosowej.
- Oceń, jakie zasoby są niezbędne, aby zarządzać kryzysem (np. potrzeby związane z organizacją konferencji prasowej: mównica, roll-up itp.
- Wyznacz pracowników do: kontaktów z mediami, kontaktów z interesariuszami, rejestrowania szczegółów kryzysu, podjętych działań, reakcji otoczenia, przyjętych rozwiązań.
- Rozpocznij nawiązywanie kontaktów z krytycznymi odbiorcami wewnętrznymi, w tym pracownikami, zarządem, itp.
- Rozpocznij działania informacyjne skierowane do mediów i innych odbiorców zewnętrznych. Jeżeli uznasz to za zasadne, przygotuj komunikat prasowy.
- Zaktualizuj stronę internetową, automatyczną sekretarkę (jeżeli zaistnieje taka potrzeba).
- Oceń skuteczność komunikacji w miarę rozwoju sytuacji.
- Wdrażaj metody bieżącego informowania kluczowych odbiorców.

KLUCZOWE PYTANIA DLA PR - OWCÓW

- Kto jest Liderem komunikacji kryzysowej odpowiedzialnym, za zapewnienie, że wszystkie wymagane kroki zostały podjęte?
- Co się wydarzyło?
- Co wydarzy się w następnej kolejności?
- Kto z załogi powinien być zaangażowany?
- Jakie natychmiastowe kroki powinny zostać podjęte?
- Co jest wiadome i kto już to wie?
- Czy dotyczy to potencjalnego interesu publicznego?
- Na kogo kryzys będzie oddziaływać?
- Co czują ludzie – jakie emocje powinny być brane pod uwagę?
- Jakie informacje są potrzebne i kiedy będą osiągalne?
- Co MOŻE i NIE MOŻE być powiedziane?



PORADY KOMUNIKACJI KRYZYSOWEJ:

- Bądź szczery w odniesieniu do informacji wrażliwych i poufnych. Jeżeli nie możesz czegoś omówić, przekaz odbiorcom i wytłumacz, zamiast zostawiać to ich domysłom.
- Mów zgodnie z potrzebami odbiorców. Spróbuj postawić się na ich miejscu, przedstawiaj informacje niezbędne z ich perspektywy – nie twojej. Przewiduj pytania.
- Używaj spersonalizowanego języka. Język biznesowy nie jest właściwy dla niektórych komunikatów.
- Doceń odrębne odpowiedzi na kryzys, jak również osobiste opinie o kryzysie. Biznes będzie kręcił się dalej, ale każdy ma swój własny czas na przystosowanie się.
- Osadź inne złe informacje w szerszym kontekście (zwolnienia, wolniejszy wzrost, mniejsza premia, ograniczenia budżetowe). Staraj się komunikować te zmiany w sposób łączny, we właściwym, racjonalnym i biznesowym kontekście.



MATERIAŁY ŹRÓDŁOWE

- <https://thelanzagroup.com/>
- <https://www.espeakers.com/s/nskc/v3/profile/17301>
- <https://www.digitaltrends.com/computing/fbi-foia-requests-email/> (grafika)
- <http://abc7chicago.com/careers/fbi-hiring-in-chicago/2023428/> (grafika)