



Krizová komunikace

Jan Tomandl



2013-2017

Verze 8.0





危机



Krize jako hrozba i výzva

- ▶ Čínský znak pro krizi je (údajně) tvořen ze znaků pro *nebezpečí* a *příležitost*
- ▶ Krize skutečně je *hrozbou* i *výzvou* v jednom
- ▶ Příležitostí se může stát krize *vlastní* i *cizí*

危机



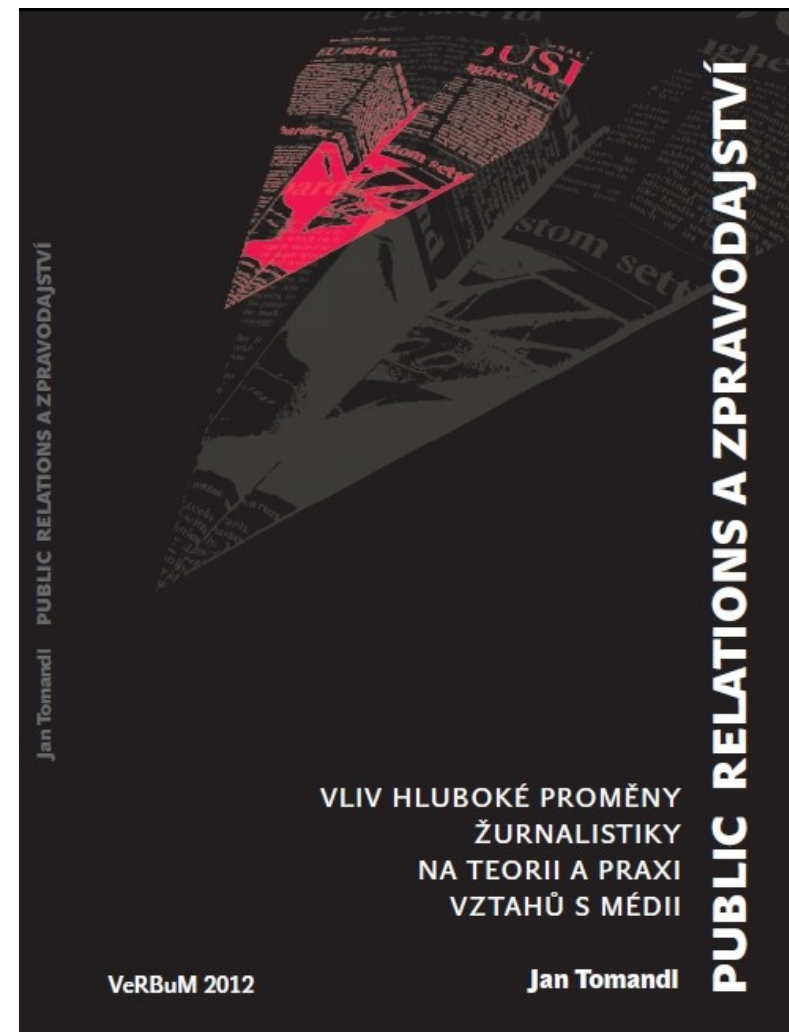


Význam nových technologií

- ▶ Celou společnost zásadně proměňuje **vliv digitálních technologií**, internetu, sociálních sítí
- ▶ Díky všeobecně dostupné technice a možnostem sdílení se **nic neutají**
- ▶ **Je-li někde nějaký problém, někdo jej vyfotí, natočí nebo aspoň popíše**









Základní pojmy a principy

- ▶ Krizová komunikace má **různé významy** v různých kontextech
 - ▶ Psychologie, psychoterapie
 - ▶ Management, veřejná správa
 - ▶ Zdravotnictví, záchranná služba
 - ▶ Policie, hasiči – mimořádné události
 - ▶ Public relations – reputační krize
-



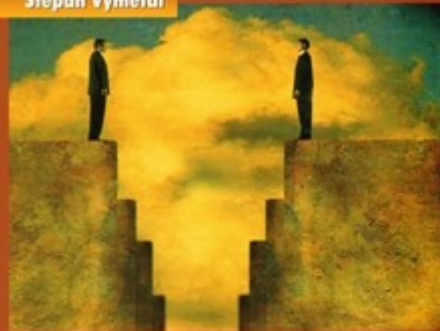
Krizová komunikace s médii

Vojtěch Bednář



GRADA

Štěpán Vymětal



KRIZOVÁ KOMUNIKACE A KOMUNIKACE RIZIKA



GRADA

EFEKTIVNÍ KRIZOVÁ KOMUNIKACE

pro všechny manažery a PR specialisty



Radek Chalupa

- etapy krizové komunikace
- jak získat média a novináře na svou stranu
- důležitost firemní pověsti
- jak využít vliv internetu a sociálních médií
- konkrétní příklady z praxe



Komunikace



Základní pojmy a principy

- ▶ Žádná organizace není imunní vůči krizovým situacím
- ▶ Informace se dnes šíří rychleji než kdykoliv dříve
- ▶ Přibývají nová rizika
 - ▶ Turbulentní trhy
 - ▶ Zostřená konkurence
 - ▶ Globalizace
 - ▶ Sociální sítě
 - ▶ Spotřebitelská emancipace
- ▶ Ne každá krize musí skončit katastrofou



Základní pojmy a principy

- ▶ Záleží na kvalitě manažerských rozhodnutí a **schopnosti tlumočit je médiím a veřejnosti**



Co je to krize?

► Definice jsou zbytečné, **krize nabývá mnoha podob**

Box 1.1 Definitions of Crisis

a major occurrence with a potentially negative outcome affecting an organization, company, or industry, as well as publics, products, services or good name. It interrupts normal business transactions and can sometimes threaten the existence of the organization (Fearn-Banks 1996: 1)

is not necessarily a bad thing. It may be a radical change for good as well as bad” (Friedman 2002: 5)

an event that affects or has the potential to affect the whole of an organization. Thus, if something affects only a small, isolated part of an organization, it may not be a major crisis. In order for a major crisis to occur, it must exact a major toll on human lives, property, financial earnings, the reputation, and the general health and well-being of an organization” (Mitroff & Anagnos 2001: 34–35)

turning points in organizational life” (Regester 1989: 38)

an incident that is unexpected, negative, and overwhelming” (Barton 2001: 2)

a specific, unexpected and non-routine organizationally based event or series of events which creates high levels of uncertainty and threat or perceived threat to an organization’s high priority goals” (Seeger, Sellnow, & Ulmer 1998: 233)

turning point for better or worse” (Fink 1986: 15)

an event that is an unpredictable, major threat that can have a negative effect on the organization, industry, or stakeholders if handled improperly” (Coombs 1999: 2)



Role médií v krizi

- ▶ Média zpravidla **nejsou původcem krize**
- ▶ Obvykle neslouží konkurenci, „nepříteli“ ani nikomu jinému – jen **dělají svou práci**
- ▶ Na druhou stranu, média často krize přiživují, prohlubují, medializují, způsobují „**mediální požár**“
- ▶ Dopouštějí se zjednodušení, zveličují problémy, podněcují paniku
- ▶ Zároveň jsou ale **účinným nástrojem** krizové komunikace



Role médií v krizi

- ▶ Role médií v krizové komunikaci je klíčová třeba při různých neštěstích a přírodních katastrofách
- ▶ Média mohou pomoci při šíření základních požadavků záchranářů a úřadů na veřejnost:
 - ▶ co chceme, aby lidé dělali
 - ▶ co chceme, aby lidé nedělali
 - ▶ co chceme, aby nás lidé nechali dělat



Komu hrozí krize?

- ▶ Každému, ale někomu víc
 - ▶ Politika
 - ▶ Doprava a logistika
 - ▶ Farmaceutický průmysl
 - ▶ Stavebnictví
 - ▶ Potravinářský průmysl
 - ▶ Chemický průmysl, rafinérie, doly
-

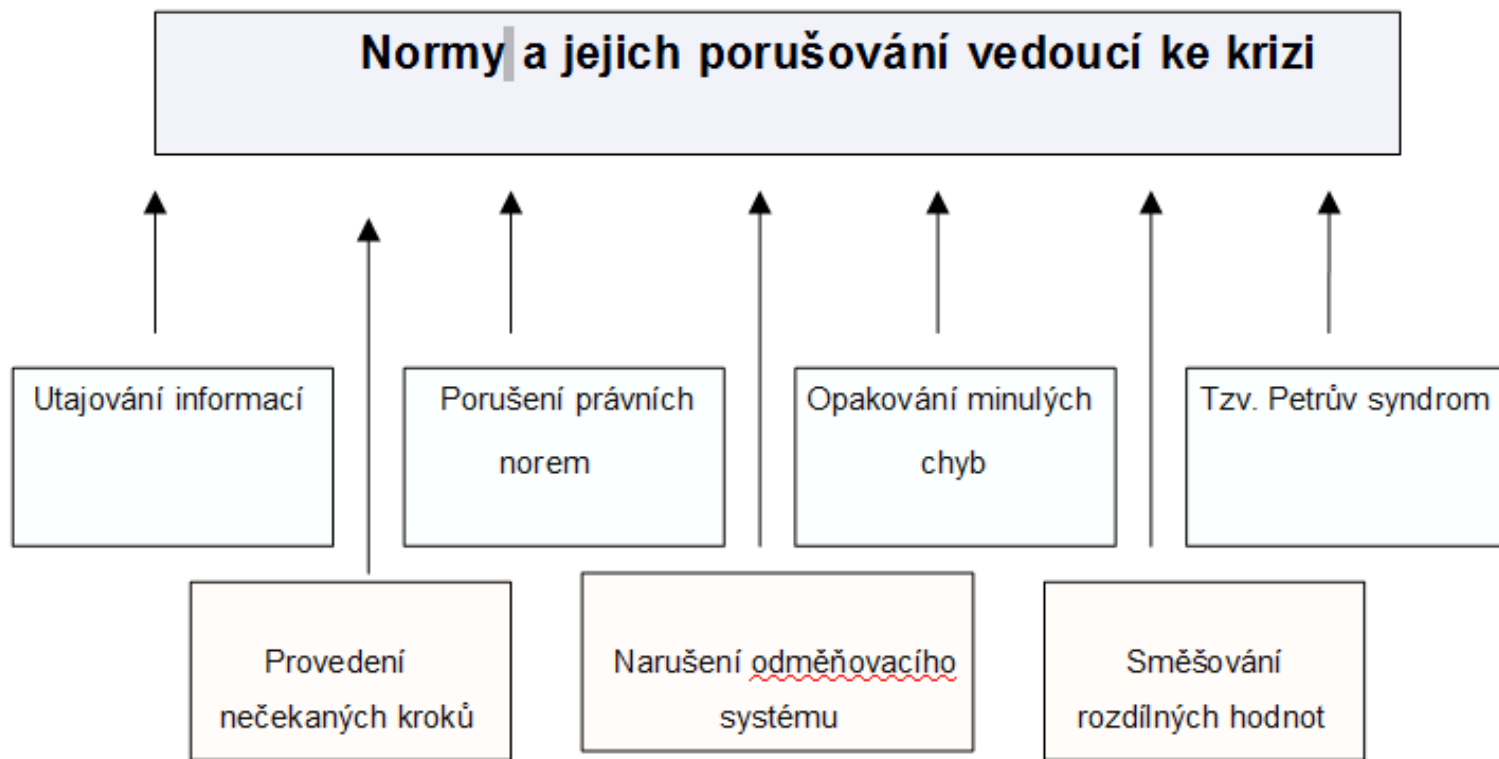


Příčiny krizí

- ▶ Vyšší moc
 - ▶ Útok konkurence nebo jiné zájmové skupiny
 - ▶ Nedbalost
 - ▶ Morální selhání
 - ▶ Spotřebitelská nespokojenost
 - ▶ Porušování zákonů a předpisů
 - ▶ Ignorování sporů a konfliktů
 - ▶ Fáma
-



Příčiny krizí



Zdroj: Stocker/Zdechovský



Typy krizí

▶ **Vnitřní x vnější**

▶ **Reálné x umělé**

▶ **Modelové příklady:**

- ▶ Přírodní katastrofa
- ▶ Teroristický útok
- ▶ Ekonomické problémy
- ▶ Havárie, ekologická katastrofa
- ▶ Nátlakové akce, protesty zájmových skupin
- ▶ Záměrné očernění, mediální útok, pomluva
- ▶ Produktová krize
- ▶ Selhání představitele organizace
- ▶ Paragrafová krize



Krizová komunikace

- ▶ Speciální disciplína public relations
- ▶ Chrání reputaci, kapitál a lidské zdroje organizace
- ▶ Prostřednictvím médií oslovuje všechny zájmové skupiny

- ▶ Cílem je to, aby organizace krizi přežila s minimálními následky a vše se co nejrychleji vrátilo k normálu.

- ▶ Je důležité věnovat se nejen mediálnímu obrazu, ale zároveň řešit jádro problému.



Základní zásady krizové komunikace

- ▶ Racionální
 - ▶ Promyšlená
 - ▶ Systematická
 - ▶ Plánovaná
 - ▶ Pravdivá
 - ▶ Transparentní
-
- ▶ **Zásada 3 K – klid, korektnost, konzistence**
 - ▶ **Princip řízené otevřenosti**



Základní poselství KK

„Nemáme co skrývat!“ – a to i v
případě, že ve skutečnosti
nemůžeme říct vše.



Základní poselství KK

- ▶ Pokud nelze problém utajit, musíme připustit jeho existenci a přesvědčit média a veřejnost, že: **„Problém řešíme“**.
-



Základní poselství KK

Veřejnost musí jasně vidět, že nám **nejde jen o vlastní prospěch**. Abychom ji přesvědčili, **nestačí jen slova**.



Základní principy krizové komunikace

▶ Srozumitelnost, konzistence

- ▶ Komunikujte stručně a jasně, **vyhnete se chybám**, omezíte prostor pro dezinterpretace
 - ▶ Pokud nelze něco zveřejnit, **musíte vysvětlit důvody**
 - ▶ Mluvte „lidskou řečí“
 - ▶ **Používejte krátké věty**, jádro sdělení zopakujte vícekrát
 - ▶ **Neměňte vysvětlení**
-



Základní principy krizové komunikace

▶ Časté jazykové nedostatky

▶ Pasiva

- *Byla uvalena vazba, bylo zahájeno vyšetřování...*
- *Došlo k úmrtí.*

▶ Způsobové sloveso mít

- *Požár divadla měli způsobit řemeslníci.*
- *K dopravní nehodě mělo dojít tak, že...*



Základní principy krizové komunikace

▶ Časté jazykové nedostatky

▶ Zkratky

- *Uvedené zaměstnání tentokrát připravil a metodicky vedl ve spolupráci se ZVOVS-SP VVaÚpVZD Brno instruktor Global Security Group, který zde prezentoval své zkušenosti z mnohaleté činnosti v rámci PČR, kde se mimo jiné jednalo také o ozbrojenou ochranu a dopravu zájmových osob.*



Základní principy krizové komunikace

► Srozumitelnost, konzistence

- Lidé zasažení vážnou krizí hůře zpracovávají informace (**teorie mentálního ohlušení**)
- Až 80 procent sdělení může být ignorováno, zapomenuto, dezinterpretováno
- Proto je třeba **poskytovat omezené množství jasně formulovaných informací**
- Je vhodné využít **vizuální podporu** (grafika, mapa, obrázky, bodové přehledy...)



Základní principy krizové komunikace

► Srozumitelnost, konzistence

- *Novináři mají tendenci nevhodně **zjednodušovat a zestručňovat***
- Pokud se chcete vyhnout zkreslením a dezinterpretacím, musíte zjednodušovat sami – většinou to uděláte lépe
- Novinařina i práce v PR vyžaduje schopnost *pohlédnout na téma očima obyčejného člověka*
- U složitých věcí použijte *příklady a přirovnání, jež pracují s obecně známými pojmy*



Základní principy krizové komunikace

- ▶ „Nové zařízení dokáže krátkodobě vygenerovat střídavý elektrický proud až 150 kiloampérů.“
- ▶ „Nové zařízení dokáže krátkodobě vygenerovat střídavý elektrický proud až 150 kiloampérů, což odpovídá síle proudu při úderu blesku.“



Základní principy krizové komunikace

- ▶ *„Při zkratové zkoušce se může uvolnit energie až do ekvivalentu 3 kg TNT.“*
- ▶ *„Při zkratové zkoušce se může uvolnit energie až do ekvivalentu 3 kg TNT, což je množství trhaviny, které by dokázalo zničit menší rodinný domek.“*



Základní principy krizové komunikace

► Srozumitelnost, konzistence

► Při veřejných promluvách k lidem zasaženým mimořádnou událostí pomáhá tzv. **Triple T Model**

- *Řekneme, co se chystáme sdělit*
- *Vlastní sdělení*
- *Řekneme, co jsme sdělili*



Základní principy krizové komunikace

▶ Teorie negativní dominance

- ▶ Popisuje proces zpracování negativní a pozitivní informace ve vypjatých situacích.
 - ▶ Obecně je vztah mezi negativní a pozitivní informací asymetrický.
 - ▶ Lidé přikládají větší pozornost ztrátám než přínosům
-



Základní principy krizové komunikace

▶ Teorie negativní dominance

- ▶ K vyvážení **jedné negativní** informace přidejte **tři pozitivní**, případně doplňte sdělení orientovaná na řešení problému.
- ▶ Vyhnout se záporům (*ne, nikdy, nic, nikdo*)
- ▶ Úspěšná krizová komunikace se zaměřuje více na to, co bylo uděláno, než na to, co uděláno nebylo



Základní principy krizové komunikace

- ▶ *Nepodařilo se zlikvidovat všechny zdroje úniku chemikálií, některé ještě zůstávají neodhalené.*
 - ▶ *Riziko nelze zcela eliminovat.*
 - ▶ *Nedokážeme nyní předpovědět další vývoj.*
-



Základní principy krizové komunikace

- ▶ *Nevím, co víc bychom nyní mohli dělat.*
 - ▶ *Nemáme dost techniky, abychom mohli okamžitě pomáhat na všech zasažených lokalitách.*
 - ▶ *Situace není tak vážná, jak ji líčí lidé ze zasažených oblastí.*
-



Základní principy krizové komunikace

► Rychlost

- Bezprostřední reakce v krizi musí být především rychlá
- „**Okno příležitosti**“ je otevřené maximálně několik hodin
- *Encyclopedia of Public Relations* uvádí, že **první reakce musí přijít do jedné hodiny**
- Zveřejňujte informace postupně, začněte kusým sdělením, které můžete rozšiřovat



Retweetnul uživatel BASF DE

Polizei KL @Polizei_KL · 17. 10. 2016
Infos zum Großbrand in #Ludwigshafen bei @PP_Rheinpfalz @ludwigshafen_de @BASF_DE und auf ludwigshafen.de
Přeložit z němčina
2 21 18

BASF DE @BASF_DE · 17. 10. 2016
Anwohner Ludwigshafens werden gebeten, den Aufenthalt im Freien zu vermeiden sowie Türen und Fenster geschlossen zu halten.
Přeložit z němčina
1 117 28

BASF DE @BASF_DE · 17. 10. 2016
Nach Explosion wurden Steamcracker der BASF im Werk Ludwigshafen vorsorglich heruntergefahren. In der Folge kommt es zu Fackeltätigkeiten
Přeložit z němčina
23 6

BASF DE @BASF_DE · 17. 10. 2016
Alle Einsatzkräfte sind vor Ort. Genaue Ursache wird noch ermittelt. Die zuständigen Behörden sind informiert. Weitere Infos folgen 2/2
Přeložit z němčina
53 14

BASF DE @BASF_DE · 17. 10. 2016
Bei BASF Ludwigshafen, Landeshafen Nord kam es gegen 11:30 aus bisher ungeklärter Ursache zu einer Explosion mit mehreren Verletzten 1/2
Přeložit z němčina
3 103 23

BASF DE @BASF_DE · 17. 10. 2016
Wichtige Rufnummern: Bürgertelefon 0800/5050500 Umweltzentrale 0621/60-4040
Přeložit z němčina
3 81 32

Retweetnul uživatel BASF DE

Polizei Mannheim @PolizeiMannheim · 17. 10. 2016
Alle Infos zum #brand in #Ludwigshafen findet ihr bei @PP_Rheinpfalz @ludwigshafen_de @BASF_DE und auf Ludwigshafen.de
Přeložit z němčina
1 53 20

BASF DE @BASF_DE · 17. 10. 2016
Anwohner betroffener Stadtteile Ludwigshafens + Mannheims werden gebeten, Aufenthalt im Freien zu meiden; Türen + Fenster geschlossen halten
Přeložit z němčina
1 47 11

BASF DE @BASF_DE · 17. 10. 2016
Brand im Landeshafen Nord: Ein Infozelt für Anwohner wird am Tor 11 eingerichtet.
Přeložit z němčina
1 12 9

BASF DE @BASF_DE · 17. 10. 2016
Aktualisierte Information zum Brand im Landeshafen Nord unter: basf.com/de/de/company/ ... und facebook.com/BASF.Deutschla...
Přeložit z němčina
2 14 5

Havárie v chemičce BASF v Ludwigshafen, 17.10.2016



Základní principy krizové komunikace

► Fleš

- První reakce – **jeden odstavec** nebo i **jediná věta, jeden tweet**
- Média očekávají okamžité vyjádření, a to i přesto, že nejspíš nebudete mít k dispozici veškeré informace
- Pokud je to možné, fleš obsahuje **základní stanovisko firmy**, pokud nikoliv, tak aspoň signalizuje, že se situací **zabývá a řeší ji**
- Vydáním získáte čas na shromažďování dalších informací a promýšlení dalších kroků
- Fleš také **omezí první vlnu dotazů** a telefonátů



Základní principy krizové komunikace

► Fleš - příklady

- „Výrobní provoz koksovny dnes v 15:30 zasáhl výbuch. Shromažďujeme informace o rozsahu škod. Pátráme po příčinách. Společnost MDD poskytne součinnost záchranářům a bude plně spolupracovat s vyšetřovateli. Další informace poskytneme prostřednictvím tiskové zprávy v 17:30.“
- „Společnost MDD kategoricky popírá obvinění z nedodržování bezpečnostních předpisů, které zaznělo na dnešní tiskové konferenci sdružení Děti Země. V nejbližších hodinách doložíme, že se nezakládá na pravdě. Kompetentní úřady v minulých letech nezjistily v našich výrobních provozech žádné závady. Zvažujeme právní kroky.“



Základní principy krizové komunikace

▶ Rychlost

- ▶ Rychlost je důležitá i v krizích, které nemají povahu havárie či kalamity
 - ▶ Je třeba co nejdříve **eliminovat negativní agendu**
 - ▶ Čím déle se o organizaci píše ve špatném kontextu, aniž by se situace nějak řešila, tím budou následky na reputaci horší a trvalejší
 - ▶ **Nejhorší je dělat „mrtvého brouka“**
-



Základní principy krizové komunikace

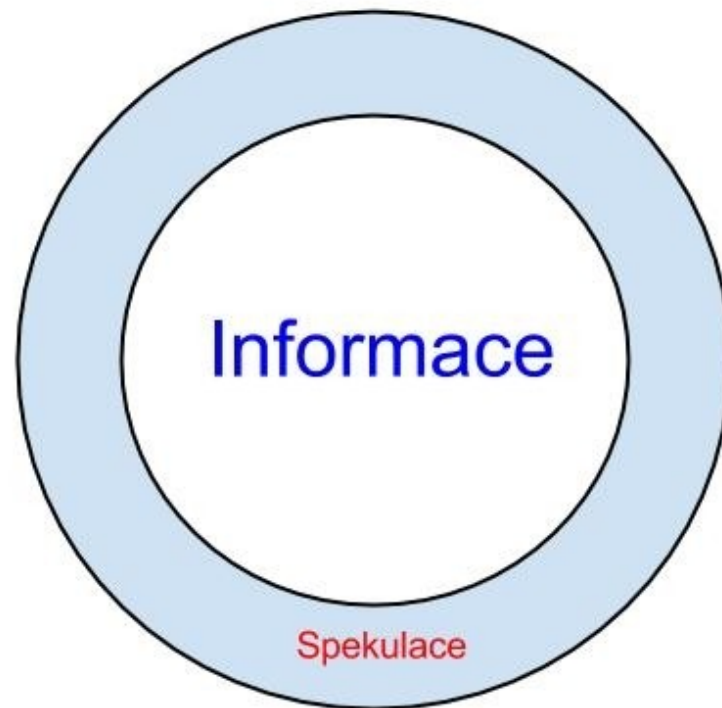
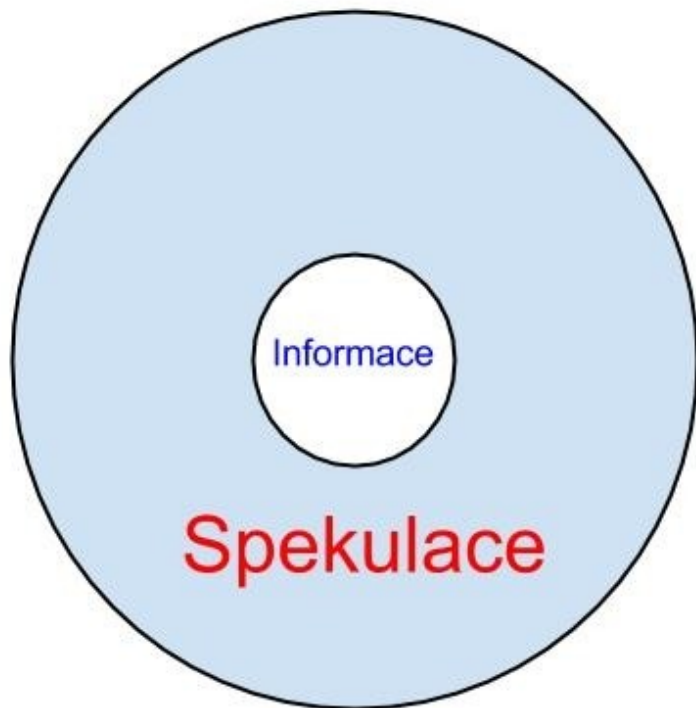
▶Aktivita

- ▶Chcete-li uspět, musíte mít **informační tok pod kontrolou**
- ▶Poskytujte důležité informace **jako první**
- ▶Staňte se primárním zdrojem informací
- ▶**„Stealing thunder“** - *příklad*
- ▶Pokud je nepříjemných informací více, zveřejněte je **všechny najednou**
- ▶Pokud budete pasivní, vyplní **„informační vakuum“** někdo jiný



Základní principy krizové komunikace

- ▶ V krizové komunikaci je důležité zveřejňovat také informace a postoje, které se **jeví jako samozřejmé**.
- ▶ Pomáhají vyplnit informační vakuum i zpravodajské rámce





Základní principy krizové komunikace

▶ Vstřícnost, zodpovědnost, empatie

- ▶ Nejhorším vysvědčením je **arogance, přezíravost, nezájem** o poškozené či nespokojené
- ▶ Je třeba projevit zájem, pochopení, případně také lítost, účast, úctu k poškozeným a obětem
- ▶ **Lítost není známka slabosti ani přiznání viny**
- ▶ Naznačit možnosti pomoci
- ▶ Co korporace udělá, aby se problém už neopakoval?
- ▶ **Nikdy neříkejte „no comment“**



Základní principy krizové komunikace

▶ Vstřícnost, zodpovědnost, empatie

▶ **Komunikační rovnice úspěchu** (Chalupa):

▶ *Zájem + lidskost + ujištění + péče = úspěch*

▶ **Zájem** firma projevuje aktivním postojem, ochotou komunikovat

▶ **Lidskost** obnáší politování, případně omluvu

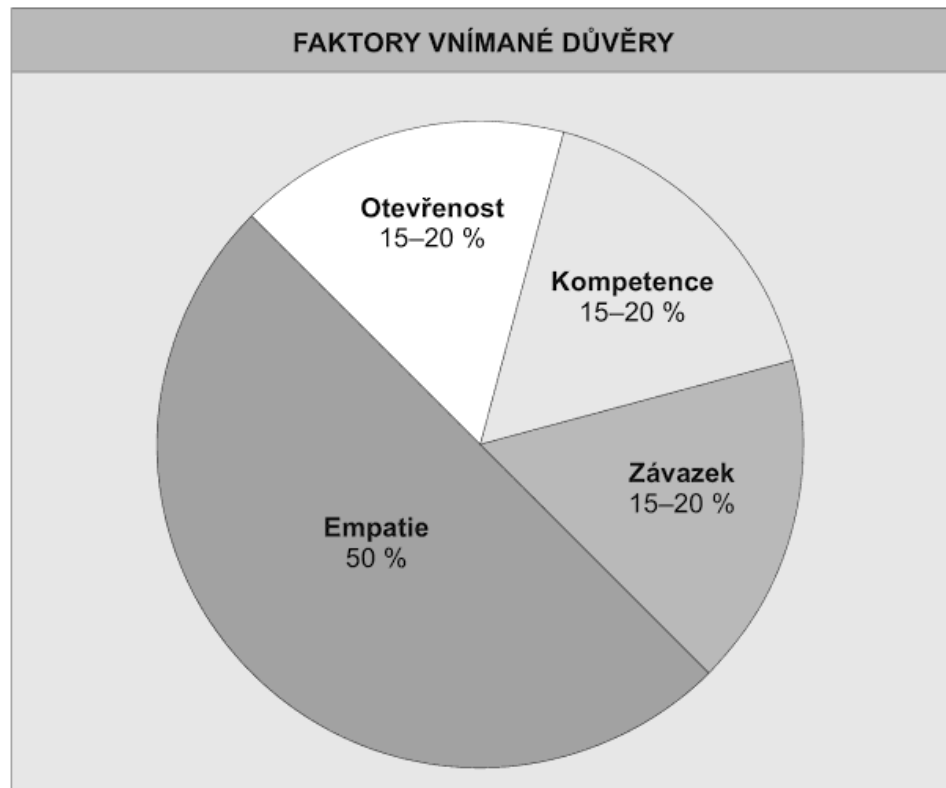
▶ **Ujištění** – „*Máme to pod kontrolou, již se to nebude opakovat.*“

▶ **Péče** – Co firma dělá pro oběti, blízké, životní prostředí atd.



Základní principy krizové komunikace

► Teorie ovlivnění důvěry (Steibová/Vymětal)





Základní principy krizové komunikace

► Teorie ovlivnění důvěry

- Většina důvěryhodnosti závisí na **faktoru empatie**. Publikum ji hodnotí během prvních devíti až 30 vteřin.
- Vlastní důvěryhodnost lze zvýšit s **využitím podpory** jiného důvěryhodného zdroje.
- **Kdo má v Česku tradičně vysokou důvěryhodnost?**



Základní principy krizové komunikace

▶ Transparentnost a pravdivost

- ▶ Po vypuknutí krize se **vyhněte lžím** (viz Bill Clinton...)
 - ▶ Být usvědčen z účelové lži je většinou horší než přiznat vytýkané pochybení.
 - ▶ Zamlčování nepříjemných faktů většinou mívá jen **krátkodobý efekt** a může se obrátit proti vám
 - ▶ **Nelhat ovšem neznamená říkat vždy celou pravdu**
-



Základní principy krizové komunikace

- ▶ Česká praxe:
 - ▶ Když je situace příznivá, **komunikujeme**
 - ▶ Když je situace nepříznivá, **mlčíme a schováváme se**
-



Základní principy krizové komunikace

- ▶ Komunikace je potřebnější a užitečnější v nepříznivé situaci, kdy **hrozí negativní publicita**
 - ▶ Mlčení obvykle poškozuje mediální obraz
 - ▶ Mlčení bývá často vnímáno jako **přiznání viny**
-



Základní principy krizové komunikace

▶ Nejčastější chyby

- ▶ Neobratnost a neopatrnost ve vyjadřování
- ▶ Arogance
- ▶ Lži a polopravdy
- ▶ Pasivita
- ▶ Podceňování krize
- ▶ Podceňování protivníka
- ▶ Neschopnost rozpoznat a přijmout krizi
- ▶ Nekoordinovaný postup
- ▶ Zlehčování situace

▶ Příklad arogance v komunikaci – ministerstvo obrany



Základní principy krizové komunikace

MÝTUS	REALITA
Sdělování špatných zpráv bude zvyšovat strach a paniku.	Říci pravdu zvyšuje důvěru a důvěryhodnost, působí proti panice. Masová panika je jev výjimečný!
Dokud nejsou k dispozici všechny informace, je lepší mlčet.	Uznání nejistoty lidí stabilizuje.
Je lepší nevystupovat na veřejnosti, dokud není známo řešení situace.	Informace veřejnosti o postupu složek zvyšují důvěru a podporují pořádek.
Veřejnost tomu nebude rozumět.	Je úkolem krizové komunikace pomoci veřejnosti, aby rozuměla.
Komunikace není důležitá, dokud se řeší krize (v akutní fázi).	Špatná (nebo nulová) komunikace může krizovou situaci naopak ještě vyhrotit, případně způsobit další krizi.
Krizová komunikace je věcí velitele záslahu a tiskového mluvčího.	Krizová komunikace je záležitostí každého, kdo pracuje s lidmi během mimořádné události.



Komunikační strategie v krizi

- ▶ Spektrum strategií při reputačních krizích je široké a hranice mezi nimi jsou prostupné.
- ▶ Neexistují jasně dané varianty řešení
- ▶ Obecně lze říci, že krize (respektive zodpovědnost za ně) lze buď **popřít**, nebo **přijmout**, a to buď **plně**, nebo **částečně**
- ▶ **Teorie obvykle doporučuje plné přijetí**
- ▶ **deny – diminish – deal**



Komunikační strategie v krizi

- ▶ Strategie **deny – popření**
 - ▶ „Žádná krize neexistuje.“
 - ▶ „Krize existuje, ale neneseme za její vypuknutí žádnou zodpovědnost.“
 - ▶ „Krize existuje, ale nijak se nás netýká.“
- ▶ Tento přístup je z etického hlediska ospravedlnitelný jen v případě, že se **zakládá na pravdě**
- ▶ I když krizi popřete, **musíte důkladně vysvětlovat** celou situaci a postoj organizace médiím



Komunikační strategie v krizi

► Strategie **diminish**

- Částečné přijetí zodpovědnosti, snaha o umenšení dopadu krize na reputaci organizace
- Snaha o **oslabení spojení mezi společností a krizí**
- Snaha ukázat, že problémy mají také jiné příčiny a původce, případně že **problémy nejsou tak velké**, jak je prezentují média či oponenti
- Snaha o uvedení událostí do **širšího kontextu**
- Snaha prezentovat **jiný úhel pohledu**



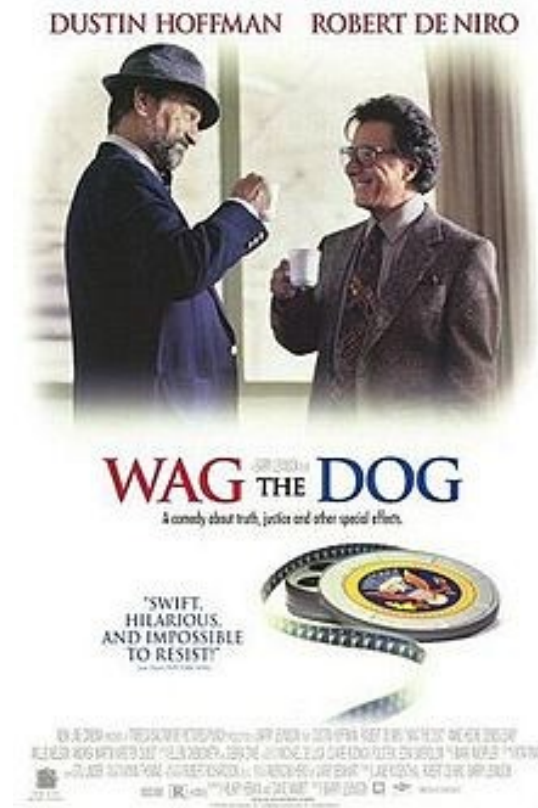
Komunikační strategie v krizi

- ▶ Strategie **deal**
 - ▶ Přijetí **plné zodpovědnosti**
 - ▶ **Řízená otevřenost, spolupráce s médii**
 - ▶ Snaha o vyřešení krize a **nápravu škod**, preventivní opatření do budoucna
 - ▶ **Aktivní kroky** při hledání dohody s poškozenými
- ▶ V minulosti se mnohokrát ukázalo, že pokud organizace skutečně udělala chybu, **vyplatí se přiznat zodpovědnost**.
- ▶ Upřímný a aktivní přístup většinou zabrání daleko větším ztrátám, spojeným s úplnou destrukcí reputace společnosti.



Taktické varianty

- ▶ Odpoutání pozornosti
 - ▶ Snaha přesunout pozornost veřejnosti a médií k jiné agendě
 - ▶ Časté v politice (film **Vrtěti psem**)
 - ▶ **Eticky sporné**





Taktické varianty

▶ Nabídka jiného pohledu

- ▶ Srovnání s jinou podobnou událostí
- ▶ Zdůrazňování minimálního dopadu
- ▶ Přenesení do jiného, příznivějšího kontextu (*transcendence*)
- ▶ Připomenutí dřívějších zásluh a „dobrých skutků“

▶ Úplné obrácení úhlu pohledu





Taktické varianty

▶ Koncentrace problému

- ▶ Snaha převést jádro problému do jediné příčiny
- ▶ „*Za všechno může...*“

▶ Obětní beránek

▶ Rozptýlení problému

- ▶ Hledání jádra problému v mnoha malých faktorech
 - ▶ Zdůrazňování složitosti věci
-



Taktické varianty

▶ Externalizace problému

- ▶ Snaha přesunout jádro problému mimo korporaci a mimo zónu, kterou může ovlivňovat
 - ▶ *„Za všechno může dodavatel (vláda, odbory...)“*
 - ▶ Může vést k „ping-pongu“
-



Taktické varianty

- ▶ Korporace je sama **obětí** (vyšší moci, útoku konkurence, zlého úmyslu zaměstnance)
 - ▶ Problémy jsou výsledkem **provokace**
 - ▶ Společnost nemohla událost nijak ovlivnit ani jí předejít, **neměla nad ní kontrolu**
 - ▶ Společnost měla **dobré úmysly**
 - ▶ Byla to **nehoda**
-



Taktické varianty

▶ Nevhodné taktiky:

- *„Když to dělají oni, my můžeme taky.“*
 - *„Nikdy to nikomu nevadilo.“*
 - *„Nakonec to vždycky dobře dopadlo.“*
-



Taktické varianty

▶ Omluva

- ▶ Pouze v případě, že organizace reálně chybovala a přijímá plnou zodpovědnost

▶ Vyjádření lítosti

- ▶ Vhodné i v případě, že organizace není jediným či hlavním viníkem

▶ Slib odškodnění obětí

▶ Aktivní náprava škod

▶ Přijetí opatření, aby se situace již neopakovala



Eticky sporné strategie

▶ Spin doctoring

- ▶ Bezohledné prosazování úhlu pohledu, který je pro organizaci nejvýhodnější
 - ▶ Manipulace, lži, polopravdy, doublespeak, propaganda
-



Eticky sporné strategie

▶ Astroturfing

- ▶ Vytváření klamného dojmu, že veřejnost (zákazníci, čtenáři, posluchači...) zastává určitý postoj, preferuje určitý produkt nebo má na nějaké téma jistý názor
- ▶ Falešné čtenářské dopisy, flogy, klaka, aktivita v sociálních sítích



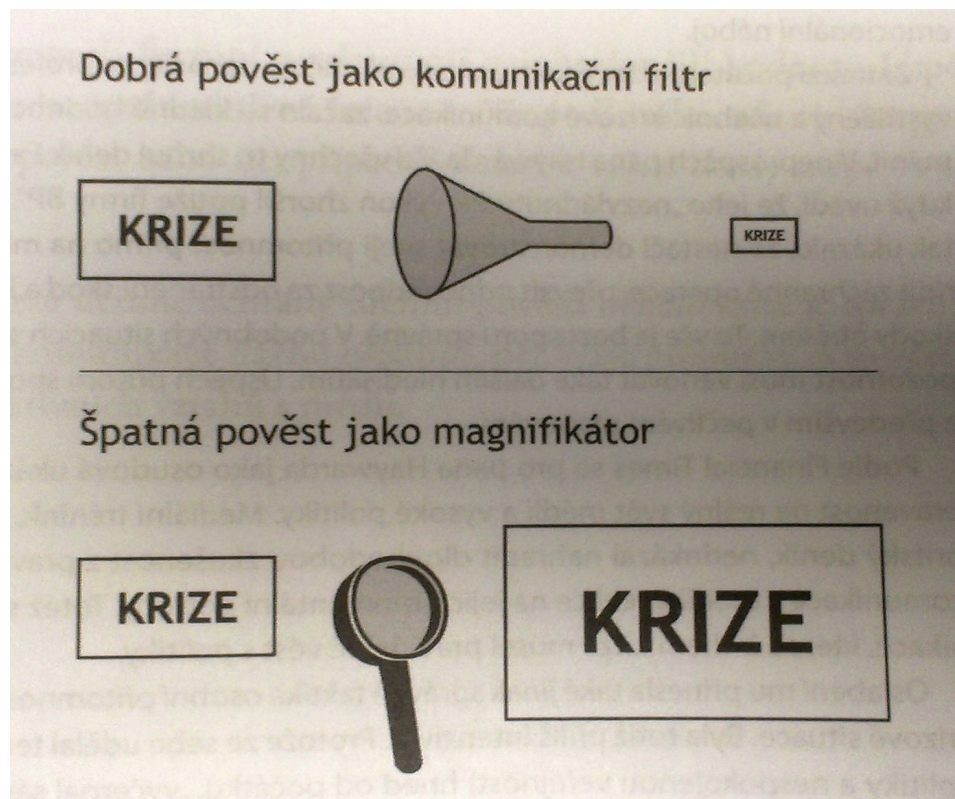
Prevence krizí

- ▶ Hledat a odstraňovat potenciální zdroje krizí
 - ▶ Kvalitní bezpečnostní opatření
 - ▶ Transparentní a etické chování
 - ▶ Krizový audit, risk management
 - ▶ Řešit konflikty
 - ▶ Naslouchat hlasům veřejnosti, zaměstnanců
 - ▶ Nepodceňovat zdánlivě marginální spory a kontroverze
 - ▶ Mediální průprava
-



Prevence krizí

- ▶ Dlouhodobě budovat dobrou reputaci
- ▶ Je to nutné zvlášt' v případě, kdy je pověst dlouhodobě ohrožená





Příprava na krizi

- ▶ Možnosti předvídání konkrétních krizí jsou omezené
- ▶ Lze však detekovat slabá místa, problémové okruhy a odhadnout reálné hrozby (*aerolinky – letecké neštěstí, politická strana – soukromý život předsedy*)
- ▶ Za přípravu na krizi lze považovat konkrétní opatření uskutečněná v normálním období, díky nimž firma dokáže krizi lépe zvládnout v okamžiku, kdy nastane



Krizový plán (scénář)

- ▶ **Plány jsou na nic, ale plánování je nenahraditelné**





Krizový plán (scénář)

- ▶ Krizový plán je soubor dokumentů obsahujících popis a analýzu hrozeb a souhrn krizových opatření a postupů
- ▶ **Krizový manažerský plán**
 - ▶ Kompetence, řízení
- ▶ **Krizový komunikační plán**
 - ▶ Kdo, jak a kdy bude informovat relevantní skupiny
- ▶ Plán musí zajistit, aby se v krizi důležité informace sbíhaly tam, kde jsou potřeba
- ▶ Součástí plánu je **adresář médií**, případně i formuláře tiskových prohlášení nebo kostra krizového webu



Příprava na krizi

- ▶ Ať už má příprava na krizi jakoukoliv formální podobu, neměly by v ní chybět tyto základní body a součásti:
 - ▶ *Kdo bude zodpovědný za řešení vlastní příčiny krize?*
 - ▶ *Jak bude organizace při řešení krize strategicky postupovat?*
 - ▶ *Jaké komunikační kanály budou prioritně využity?*
 - ▶ *Která média budeme oslovovat, v jakém pořadí, s jakou prioritou?*
 - ▶ *Kdo se postará o komunikaci s médii a dalšími relevantními skupinami?*
 - ▶ *Kdo a jak bude komunikovat se zaměstnanci, klienty, odběrateli, obchodními partnery, aby se nedozvídali informace z médií*



Krizový tým

- ▶ Výkonní, psychicky odolní a loajální pracovníci
 - ▶ **Předem proškolení** a seznámení s krizovým plánem a svými úkoly
 - ▶ Právě k nim se musí sbíhat **veškeré informace** a právě oni je podle své úvahy distribuují dále
 - ▶ Krizový tým hovoří **jedním hlasem**, tedy konzistentně
 - ▶ Zároveň musí platit, že krizovým týmem se v případě problémů stává **celá firma**
-



Krizový tým

- ▶ Patří nejvyšší představitel organizace do první linie?
 - ▶ Má po celou dobu krize vystupovat v médiích?
-



Krizový tým

▶ Patří šéf do první linie?

▶ ANO

- ▶ Působí to dobře na veřejnost i média
- ▶ Je podezřelé, když se šéf schovává

▶ NE

- ▶ Tiskový mluvčí je větší profesionál v komunikaci
- ▶ Mluvčího lze snáze „obětovat“ či nahradit
- ▶ Šéf má v krizi málo času, mnoho starostí



Krizový tým

▶ Patří šéf do první linie? **Ano, ale...**

- ▶ Topmanažer má být v krizi hlavním mluvčím jen v případě, že je **zvyklý tuto roli zastávat** i za normálních podmínek
- ▶ **Hovořit bude jen při naplánovaných příležitostech, po důkladné přípravě, nikoliv živelně**
- ▶ Běžnou komunikaci zajistí mluvčí



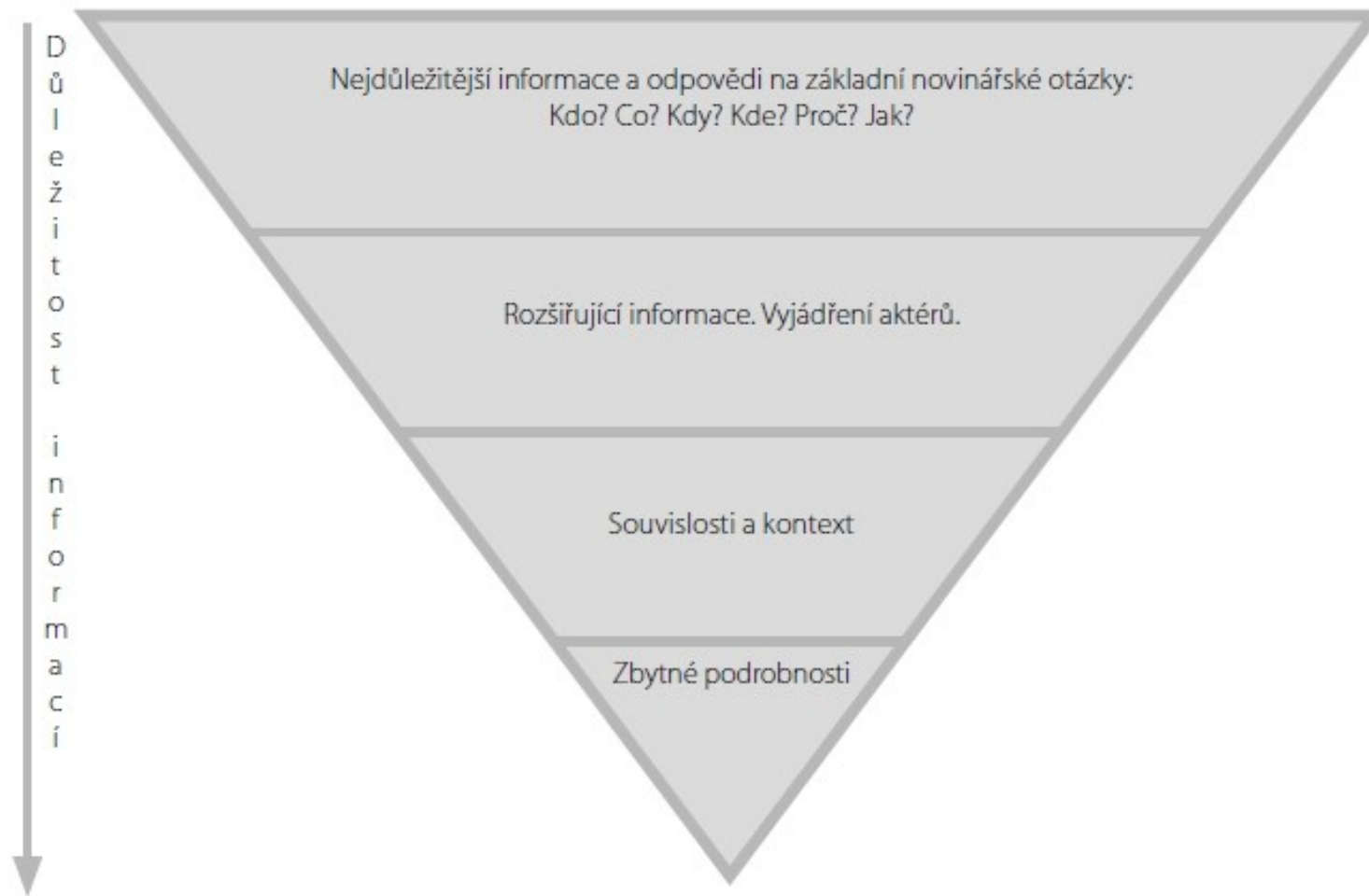
Nástroje krizové komunikace

- ▶ Tisková zpráva, prohlášení atd.
 - ▶ Tisková konference, brífink atd.
 - ▶ Krizový web, dark site atd.
 - ▶ Krizová inzerce
 - ▶ Sociální média
 - ▶ ...a mnoho dalšího
-



Tiskové zprávy

- ▶ **Základní nástroj** pro formulování a distribuování stanoviska firmy
- ▶ Nejen rozesílat novinářům, ale také **umístit na web a sociální síť**
- ▶ Co dáte do TZ, nemusíte stokrát opakovat do telefonu
- ▶ Novináři kopírují celé odstavce a přímé řeči
- ▶ **Zpravodajská „pyramida“**
- ▶ Background



The logo of Mendel University in Brno features a colorful geometric design of overlapping triangles in shades of yellow, orange, purple, and pink on the left. To the right, the text 'Mendelova univerzita v Brně' is displayed in a sans-serif font, with four green circles of varying sizes arranged in a diagonal line to the right of the text.

Mendelova
univerzita
v Brně

Tisková zpráva
V Brně 9. října 2013

Mendelova univerzita v Brně má svého nového kandidáta na rektora

Ve středu 9. října 2013 proběhlo na MENDELU veřejné zasedání Akademického senátu univerzity, na kterém se představili čtyři kandidáti na rektora pro období 2014 až 2018. V návrhovém kole voleb bylo navrženo více kandidátů, ale někteří z nich nominaci nepřijali. Během veřejného zasedání se postupně představili prof. Dr. Ing. Petr Horáček, prof. RNDr. Ladislav Havel, CSc., doc. Ing. Robert Pokluda, Ph.D., prof. Dr. Ing. Libor Grega.

Po přednesení své vize o dalším směřování univerzity odpovídali na dotazy přítomných akademiků a studentů. V tajném hlasování pak Akademický senát univerzity zvolil kandidátem na funkci rektora MENDELU pro akademické funkční období 2014–2018 prof. RNDr. Ladislava Havla (17 hlasů pro z 32, 15 pro prof. Dr. Ing. Petra Horáčka).



Univerzita Karlova v Praze

Ovocný trh 5, Praha 1, 116 36

www.cuni.cz

TISKOVÁ ZPRÁVA

Praha 25. října 2013 - Akademický senát UK na svém dnešním zasedání zvolil profesora MUDr. Tomáše Zimu, DrSc., MBA, kandidátem na funkci rektora Univerzity Karlovy. Návrh na jmenování rektorem bude prostřednictvím ministra školství předložen prezidentu republiky. Po jmenování, v průběhu února, se nový rektor UK ujme svého úřadu. Délka funkčního období rektora je čtyři roky.

Profesor MUDr. Tomáš Zima, DrSc., MBA., jako jediný kandidát ve třetím kole, získal celkem 42 platných hlasů. Dnešní volby se zúčastnilo všech 70 členů Akademického senátu Univerzity Karlovy (34 studentů a 36 pedagogů).

Akademickému senátu UK byli navrženi tři kandidáti na funkci rektora: doc. PhDr. Michal Stehlík, Ph.D., prof. PhDr. Stanislav Štech, CSc., a prof. MUDr. Tomáš Zima, DrSc., MBA. Do druhého kola postoupili kandidáti Stanislav Štech (22 hlasy) a Tomáš Zima (26 hlasy). Michal Stehlík získal v prvním kole 20 platných hlasů a do dalších kol nepostoupil.

Prof. MUDr. Tomáš Zima, DrSc.

Lékař, přednosta Ústavu klinické biochemie a laboratorní diagnostiky 1. lékařské fakulty UK a Všeobecné fakultní nemocnice (VFN), proděkan fakulty pro vnější vztahy (od 2012 dosud). Děkanem 1. lékařské fakulty byl v letech 2005 až 2012. Jeho specializací je klinická biochemie, vnitřní nemoci a léčba nemocí ledvin, nefrologie.



Tisková zpráva

„Řídící orgán (ŘO) Operačního programu Rybářství (OP Rybářství) na základě výsledků střednědobého hodnocení a na základě absorpční kapacity na ose II zaměřené na přímou podporu konkurenceschopnosti produkčních firem připravil revizi programového dokumentu s cílem posílit na ose II finanční zdroje.

Evropská komise vydala Rozhodnutí o schválení revize OP Rybářství 2007-2013, jejíž podstatnou součástí je realokace finančních prostředků v rámci OP Rybářství z prioritní osy 3 (Opatření společného zájmu) do prioritní osy 2 (Akvakultura, zpracování produktů rybolovu a akvakultury) a jejich uvádění na trh v celkové výši zhruba 86 milionů korun.“



Tisková zpráva

„Úřad XYZ realizuje v období od 1. 11. 2010 do 31. 8. 2012 projekt s názvem Zvyšování efektivity řízení lidských zdrojů. Projekt je realizován za finanční podpory z Evropských strukturálních fondů prostřednictvím Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost. Uskutečnění projektu umožní v reálném čase posunout efektivitu personálních činností o stupeň výše a začít s praktickým využíváním personálních nástrojů, které jsou zatím nerealizovanou složkou strategie řízení úřadu. Realizace projektu spočívá v provedení důležitých školení vedoucích pracovníků a personalistů (zaměřených např. na motivaci, hodnocení, odměňování a rozvoj pracovníků), vypracování popisů klíčových kompetencí pro všechny pozice, hodnotících formulářů a implementaci hodnocení do praxe.“



Citace v tiskové zprávě

- Pokud možno **od dvou osob**
- Musí působit **přirozeně**
- Nesmí opakovat sdělení obsažené v čele zprávy
- **Vyhnete se klišé a sebechvále**
 - *„Jsme rádi, že...“*
 - *„Znovu se potvrzuje kvalita našich potravin...“*
 - *„Chceme vyjít vstříc našim zemědělcům...“*
- Ideální citace obsahuje **jasnou výpověď** nebo čitelný postoj



Zpravodajské hodnoty

- dopad a intenzita
 - aktuálnost
 - jednoznačnost a srozumitelnost
 - souznění
 - odchylka
 - novost a překvapení
 - kontinuita
 - vztah k elitním národům
 - vztah k elitním osobám
-



Zpravodajské hodnoty

- negativita, konflikt
- kontroverze, skandál
- utajení
- souvislost
- blízkost
- logistika
- náročnost zpracování
- intenzita
- užitečnost
- lidský příběh
- vizuální atraktivita



Tisková konference

- ▶ **Přímý kontakt** s novináři – **účinnější**, ale **rizikovější**
- ▶ Možnost vnést do krizové komunikace více emocí
- ▶ Nutno předem formulovat, co chceme vyjádřit – maximálně **dvě až tři základní sdělení**
- ▶ Nezapomenout na řeč těla, oděv, úpravu
- ▶ Připravit se na přímý přenos a nepříjemné otázky
- ▶ **Nenechat se vyprovokovat**
- ▶ **Catering není důležitý, podstatné jsou informace**













Krizová inzerce

- ▶ Možnost, jak dostat do médií přesně to, co chceme sdělit, aniž by tam byl prostředník – novinář
 - ▶ Vysoká cena
 - ▶ Nižší důvěryhodnost
 - ▶ Vhodnější ve fázi postupné obnovy reputace po krizi
-



Krizový web

- ▶ Speciální, průběžně aktualizovaná stránka (nebo alespoň sekce na webu organizace), kde novináři i ostatní mohou průběžně nacházet aktuální informace o vývoji krize a jejím řešení.
- ▶ Umožňuje operativně poskytovat informace médiím i veřejnosti.
- ▶ Přinejmenším v rizikových branžích by měla být kostra krizového webu s grafikou a obecnými informacemi připravena předem.



Krizový web

- ▶ **Funkční a informačně vydatný**
- ▶ Nikdo nestojí o flashové animace a složitou grafiku
- ▶ Musí umožňovat rychlou a pohodlnou správu
- ▶ **Pravidelná a rychlá aktualizace** (včetně označení hodiny a minuty vložení)
- ▶ **Kontakty**
- ▶ Obecné informace o organizaci
- ▶ Krizový web se v ideálním případě stane v krizi **dominantním zdrojem informací**
- ▶ Lze jej využít také při následné obnově reputace



City of Boston.gov

Official Web Site of the City of Boston
Thomas M. Menino, Mayor



[Home](#) | [Online Services](#) | [Residents](#) | [Businesses](#) | [Visitors](#) | [Students](#) | [Government](#)

Text size: [A](#) [A](#) [A](#)

Service Requests

Citizens Connect

ONLINE SERVICES

Top Requested

- Select a Payment ▼
- Select a Service Request ▼
- Search Job Postings ▼

City Departments »

- Select a Department ▼

Most Requested Pages

[Property Tax Information](#)

Welcome!

Wednesday, April 17, 2013

Incident Update (Last Updated 4/16 6:45PM)

- **Map:** Updated crime scene perimeter [\[link\]](#)
- **TIPS:** Call 1-800-CALL-FBI (225-5324) & choose prompt #3. Email: Boston@ic.fbi.gov
- **Press Release:** Full City of Boston response [\[link\]](#)
- **Public Safety Updates:** Follow [@Boston_Police](#) on Twitter for ongoing updates.
- **Interfaith Service:** Thursday 4/18 11AM at Cathedral of the Holy Cross. Open to the public. Expect seating to be limited.
- **One Fund Boston:** Make a donation to help victims [\[link\]](#)
- **City's Business Assistance Center Opened:** Services available for Back Bay businesses impacted by yesterday's tragedy [\[link\]](#)
- **Trash & Recycling:** Collection **1 DAY** late for remainder of week except Boston Proper, Roxbury, Charlestown & South Boston. See full [holiday schedule](#).
- **Boston Public Libraries:** Main Branch at Copley Square closed Wednesday 4/17.

Connect With Us



[Social Media Center »](#)

Search: [Go!](#)

Translate »

[Español](#) [Português](#)
[TIẾNG VIỆT](#) [Français](#)
[中文](#) [More »](#)

Calendar »

See a listing of City Events and Public Meetings.
[View Calendar »](#)



Mayor's Office »

[Mayor's Biography](#)

[Mayor's Priorities](#)

City Council »

[Councillors](#)



City of Boston.gov

Official Web Site of the City of Boston
Thomas M. Menino, Mayor



[Home](#) | [Online Services](#) | [Residents](#) | [Businesses](#) | [Visitors](#) | [Students](#) | [Government](#)

Text size: [A](#) [A](#) [A](#)

Service Requests

Select a Payment

Select a Service Request

Search Job Postings

City Departments »

Select a Department

Most Requested Pages

[Property Tax Information](#)

[Apply for a Job](#)

[Parking Ticket](#)

[Things to Do](#)

[Maps](#)

[My Neighborhood](#)

[Frequently Asked Questions](#)

Welcome!

Friday, April 19, 2013

Incident Updates (Last Updated 4/19 12:05PM)

- **MBTA:** Service (including bus, train, and commuter rail) is suspended until further notice. See www.mbta.com for updates. If you are at an MBTA station - please do not congregate there, return home.
- **Residents in Boston, Watertown, Newton, Belmont, and Cambridge:** City-wide shelter in place is advised as this investigation unfolds. Please understand we have an armed and dangerous person(s) still at large and police actively pursuing every lead in this active emergency event. Please be patient and use common sense. Avoid congregating in large crowds until this person(s) are apprehended. We will continue to update the public with more information as it becomes available.
- **Emergency Notifications:** Sign up for ALERTBoston, the city's emergency notification system [\[link\]](#)
- **TIPS for Investigation:** Call 1-800-CALL-FBI (225-5324) & choose prompt #3. Or email: Boston@ic.fbi.gov.
- **Emergencies:** Dial 911
- **Residents With Questions:** Call the Mayor's Hotline at 617-635-4500.
- **City of Boston Employees:** All employees should remain in their current location - at home or at work. Please monitor the website for further instruction.
- **Boston Public Schools:** All activities, including Acceleration Academies, are cancelled. School bus service has already been suspended.
- **BCYF:** All Girls Sports Festival & vacation week activities canceled. Ellen Jackson Child Care, City Hall Child Care, and BCYF Jackson/Mann closed all day.
- **Trial Court Courthouses & Offices in Cambridge, Brighton, Newton & Waltham:** Temporarily closed until further notice.
- **Other Courts:** All first day jurors summonsed for today at the Suffolk Superior Court & Brooke Courthouses in Boston and for those in Middlesex County are canceled. More updates [here](#).
- **Press Release:** Full City of Boston response to Boston Marathon tragedy [\[link\]](#)
- **City's Business Assistance Center Opened:** Services available for Back Bay businesses impacted by the tragedy [\[link\]](#)
- **Map:** Latest crime scene perimeter [\[link\]](#)

Search:

[Translate »](#)

[Español](#) [Português](#)
[TIẾNG VIỆT](#) [Français](#)
[中文](#) [More »](#)

[Calendar »](#)

See a listing of City Events and Public Meetings.
[View Calendar »](#)



[Mayor's Office »](#)

[Mayor's Biography](#)

[Mayor's Priorities](#)

[City Council »](#)

[Councillors](#)



Sociální sítě

- ▶ **Mění celou společnost**
- ▶ Jsou pro široké publikum i pro novináře **zdrojem zpravodajských informací**
- ▶ Informace se v nich šíří rychle a bezprostředně
- ▶ Existuje značné riziko **fám a zkreslení**
- ▶ **Zdroj potenciálních krizí**, ale zároveň **kanál pro krizovou komunikaci**



Jak využívat sociální sítě

- ▶ Pravidelně sledovat a **kontrolovat reputaci** v sociálních sítích
 - ▶ Zřídit a provozovat **důstojné profily** na klíčových sociálních sítích (negativní příklad – **Brno na YouTube**)
 - ▶ **Pravidelná aktualizace** hodnotnými informacemi, nikoliv korporátním balastem nebo banalitami
 - ▶ **Držet styl a vnímat náladu konkrétní sociální sítě**
-



Jak využívat sociální sítě

- ▶ Funkční a sledovaný profil na sociálních sítích lze následně využít jako **užitečný kanál pro krizovou komunikaci** bez prostředníka v podobě médií – v podstatě neexistuje účinnější cesta
- ▶ **Facebook** – pro informování nejširší veřejnosti
- ▶ **Twitter** – pro informování „opinion leaderů“ a pro rychlé informování v eskalujících krizích



Příklad: Sociální sítě po explozích v Bostonu



City of Boston (Government) sdílel(a) odkaz.
16 duben

Boston Police Update: Boston Police Confirm Explosions along the Marathon Route in the area of Boylston Street

The Following Information is Preliminary:

- At about 2:50pm, on Monday, April 15, 2013, Boston Police responded to two large explosions along the Boston Marathon route in the area of 673 Boylston Street.
- The Boston Police Department is confirming two fatalities and over twenty injuries.
- At about 4:12pm, the Boston Police Department responded to a 3rd explosion or fire in the area of the JFK Library in Dorchester. Officials are working to determine the nature of the incident. There are no injuries to report in connection to that incident.
- At present, a multi-agency response including state and federal law enforcement agencies has been activated and is investigating the cause of the explosions. At this point, it is uncertain if the explosions are connected.



City of Boston (Government)
Před 16 hodinami

Officials investigating Monday's marathon attack are seeking information, photos or other details. No detail is too small. Please share.

**CITY OF BOSTON
MARATHON ATTACK
TIP LINE**
1-800-CALL-FBI
Boston@ic.fbi.gov
NO TIP TOO SMALL.

**City of Boston (Government)**

19 duben v okolí místa Boston, MA

[URGENT] The City of Boston is urging City-wide shelter in place. As this investigation unfolds we are advising all residents, citywide, to shelter in place. Please understand we have an armed and dangerous person(s) still at large and police actively pursuing every lead in this active emergency event. Please be patient and use common sense until this person(s) are apprehended. We will continue to update the public with more information as it becomes available. All MBTA service remains suspended at this time.

**City of Boston (Government)** sdílel(a) odkaz.

20 duben v okolí místa Boston, MA

[Boston Police Department \(Official\)](#) reports a suspect in marathon bombings is now in custody, and officers are sweeping the area.

**City of Boston (Government)** sdílel(a) stav uživatele Boston Police Department (Official).

19 duben

Please do not reshare images of tactical positions in progress over social media at this time in order to protect officer safety.

Media Alert: WARNING: Media Outlets Warned Not to Compromise Officer Safety by Broadcasting Tactical Positions of Homes Being Searched or the Officers Trying to Search Them.

**City of Boston (Government)**

20 duben

"Thank you, thank you, thank you." -Mayor Menino



Boston Police Dept. @Boston_Police 15 Apr
Community members wanting 2 help this investigation can call 1(800) CALL-FBI or the BPD's Crime Stoppers Tip Line at 1 (800) 494-TIPS.
Expand



Boston Police Dept. @Boston_Police 15 Apr
Commissioner Davis: "I offer my sympathies to the families impacted by this horrible tragedy. Those responsible will be brought to justice."
Expand



Boston Police Dept. @Boston_Police 15 Apr
BPD does not have a suspect in custody #tweetfromthebeat via @CherylFiandaca
Expand



Boston Police Dept. @Boston_Police 15 Apr
Three people have died #tweetfromthebeat via @CherylFiandaca
Expand



Boston Police Dept. @Boston_Police 15 Apr
Expect to see more police over the coming days. #tweetfromthebeat via @CherylFiandaca
Expand



Boston Police Dept. @Boston_Police 15 Apr
BPD asking people to be on heightened state of alert. #tweetfromthebeat via @CherylFiandaca
Expand



Boston Police Dept. @Boston_Police 15 Apr
FBI has taken over the investigation #tweetfromthebeat via @CherylFiandaca
Expand



Boston Police Dept. @Boston_Police 4h
In our time of rejoicing, let us not forget the families of Martin Richard, Lingzi Lu, Krystle Campbell and Officer Sean Collier.
Expand



Boston Police Dept. @Boston_Police 4h
CAPTURED!!! The hunt is over. The search is done. The terror is over. And justice has won. Suspect in custody.
Expand



Boston Police Dept. @Boston_Police 4h
Suspect in custody. Officers sweeping the area. Stand by for further info.
Expand



Boston Police Dept. @Boston_Police 6h
Heavy police presence in area of Franklin St in Watertown. Residents remain inside.
Expand



Boston Police Dept. @Boston_Police 6h
Police operations in the Franklin Street Watertown area. Residents shelter in place.
Expand



Boston Police Dept. @Boston_Police 6h
#CommunityAlert: Gov Patrick says residents need 2 remain vigilant because a dangerous man is still at large but he will be found.
Expand



Boston Police Dept. @Boston_Police 7h
#CommunityAlert: Mayor Tom Menino, "Together we will get through this crisis."
Expand



Jak využívat sociální sítě

- ▶ **Pamatujte:** co jednou „prosákne“ do sociálních sítí, **nelze vzít zpět**
- ▶ Pozor na „efekt Streisandové“
- ▶ Don't feed the troll!
- ▶ Možnosti racionální komunikace na internetu a v sociálních sítích jsou omezené
- ▶ Při krizi se soustředte na komunikaci aktuálního problému a **ostatní komunikaci utlumte**
- ▶ Dark website, dark Facebook



Jak využívat sociální sítě

- ▶ Kritické příspěvky nemazat, vulgární ano
- ▶ Co psát:
 - ▶ Děkujeme
 - ▶ Prověříme to
 - ▶ Napravíme to
 - ▶ Je nám to líto
 - ▶ Pomůžeme vám
- ▶ Co nepsat:
 - ▶ Nerozumíte tomu
 - ▶ Jsou to lži a pomluvy
 - ▶ Budeme vás žalovat
 - ▶ Co tím sledujete?
 - ▶ Co jste dokázali vy?



Jak využívat sociální sítě

- Nejnovější „*facebookové kauzy*“ ukazují, že:
 - **Respekt** k zákazníkům/klientům neznamena, že je nutné jim odkývat vše
 - **Slušnost** se nevylučuje s **asertivitou**
 - **Důstojnost** se nevylučuje s **nadhledem**
 - Z komunikace nesmí zmizet **sebevědomí** a důvěra ve vlastní služby/zboží/kvalitu
 - Jisté **morální pozice** je nutné hájit vždy



Co očekávat při „facebookové krizi“

- Za jeden den stejný počet interakcí jako jindy za celý měsíc
- 6,75násobek průměru nových fanoušků za den
- 3x vyšší vyhledávání značky na Facebooku
- O 24 % vyšší organický zásah.
- Pouze 2x větší skrytí příspěvků.

Zdroj: Socialsharks



Po krizi

- ▶ **Co tě nezabije, to tě posílí!** Zvládnutá krize může organizaci pomoci, přinést jí poučení do budoucna
 - ▶ Pokud novináři a veřejnost vidí, že se organizace chová **poučivě, zodpovědně a transparentně**, posílí to její dobré jméno a důvěryhodnost navenek
 - ▶ **Pochvalte se, nikdo jiný to za vás neudělá!** Pokud se vám podaří dosáhnout zdárného vyřešení krize, neváhejte svůj úspěch mediálně prezentovat
-



Shrnutí

- ▶ Transparentní, poctivé chování
 - ▶ Řešení sporů a konfliktů, ještě než eskalují
 - ▶ Mediální průprava, budování vztahů s okolím
 - ▶ Příprava: audit – scénář – tým
 - ▶ V krizi: zájem – lidskost – ujištění – péče
 - ▶ Vždy: rychlost, aktivita, konzistence, důslednost
-