

Obecnie nie ma branży, która byłaby odporna na kryzysy. W dobie mediów społecznościowych i dziennikarstwa obywatelskiego jeden nieprzychylny komentarz, problemy wewnątrz firmy lub błędy w komunikacji mogą wywołać lawinę, której skutkiem będzie poważna ryna na wizerunku, spadek dochodów, a w najgorszym scenariuszu upadek firmy czy, w przypadku osób publicznych, całkowita utrata reputacji. Jak rozpoznać zbliżający się kryzys? Jak zminimalizować straty i wyjść obronną ręką z sytuacji kryzysowej? – poznaj sposoby radzenia sobie z kryzysem i nie daj się zaskoczyć.

1. Czy to już kryzys?

- Definicja sytuacji kryzysowej
- Symptomy nadchodzącego kryzysu
- Źródła kryzysu – wewnętrzne i zewnętrzne
 - Fazy kryzysu i ich przebieg

2. Jak przygotować się do kryzysu?

- Identyfikacja potencjalnych sytuacji kryzysowych.
 - Zdefiniowanie zagrożeń i ich źródeł
- Działania prewencyjne – plan antykryzysowy i zespół antykryzysowy

3. Działania w kryzysie

- Najważniejsze zasady zarządzania kryzysem
- Komunikacja wewnętrzna w sytuacji kryzysowej
 - Zasady komunikacji z mediami
 - * *Jak działają media?*
 - * *Jak komunikować się w kryzysie i jakich błędów unikać?*
 - * *Przygotowanie do kontaktu z dziennikarzami*
 - * *Oświadczenia dla mediów*
 - * *Organizacja konferencji prasowej*

4. Kryzysy w social media

- Specyfika kryzysów w social media
- Kiedy i jak reagować na potencjalne sytuacje kryzysowe?
- Podstawowe narzędzia monitorowania mediów społecznościowych

5. Co po kryzysie?

- Analiza skutków kryzysu i wyciąganie wniosków
 - Jak odbudować reputację marki?
 - Czy kryzys można przekuć w sukces?

6. Case study – dobre i złe przykłady reakcji na kryzys

7. Warsztaty – kryzys w praktyce

8. Omówienie warsztatów i podsumowanie szkolenia