

KOMUNICIRANJE U KRIZNIM SITUACIJAMA



A person is shown from the side, sitting and writing in a notebook. The scene is dimly lit with a strong blue/cyan color cast. The person's hands are visible, holding a pen and writing on the pages. The background is blurred, suggesting a classroom or meeting setting. A semi-transparent white box with the text 'ŠTA JE KRIZA?' is overlaid on the center of the image.

ŠTA JE KRIZA?

ŠTA JE KRIZA?

- Okolnosti u kojoj su ugroženi sigurnost, život ili čak opstanak pojedinca ili organizacije.
- Može da ugrozi ugled lidera ili organizacije.
- Događaj koji se pojavljuje iznenada, često neočekivano, i zahtijeva brzu reakciju.
- Ometa rutinu i stvara nesigurnost i stres.

KRIZNI MENADŽMENT

RAZDOBLJE PRIJE KRIZE (stanje neprestane spremnosti)	RAZDOBLJE KRIZE (haotično stanje)	RAZDOBLJE POSLIJE KRIZE (povratak u normalno stanje)
<p>U mirnim danima, prije nego što stvarno dođe do krize, zadatak uprave je da predvidi vrste kriza s kojima se organizacija može suočiti, odredi njihovu vjerovatnost i da se na njih pripremi, koliko god je moguće.</p>	<p>Najdramatičnije, najnestalnije i najrizičnije vrijeme. Uprava mora brzo donositi odluke pod pritiskom unutrašnje i spoljne okoline, a kako će te odluke djelovati, ne zavisi samo od uprave. Uprava pokušava kontrolisati posljedice nastale zbog kriznog događaja.</p>	<p>Uprava se u potpunosti posvećuje vraćanju u normalno stanje. Po potrebi, mijenja i organizacijsku strukturu, politiku poslovanja, kulturu u organizaciji, nadzorne mehanizme... Isto tako veliku pažnju posvećuje ponovnom stvaranju i očuvanju ugleda.</p>

KLJUČNI FAKTORI KRIZE

- Djelatnost organizacije
- Mediji
- Rizik
- Vrijeme
- Povratne informacije
- Ljudi
- Finansijska sredstva

UZROCI KRIZA

Spoljašnji:

- promjene na tržištu,
- državne krize,
- političke promjene,
- promjene u zakonodavstvu,
- prirodne nesreće...

Unutrašnji:

- neodgovarajuća osposobljenost uprave,
- nestručnost uprave,
- nemoral uprave,
- potcjenjivanje javnog mnjenja,
- loša organizaciona kultura,
- loša organizacija rada...

JAVNOST I KRIZA

- Prava kriza nije ono što se dogodilo već ono što ljudi misle da se dogodilo.
- “Zato u krizi treba posvetiti posebnu pažnju komunikaciji s javnošću, naročito s medijima, što može zahtijevati puno više vremena i priprema nego kriza sama.”

Predviđanje i definiranje određenih kriza

Pripreme za moguću krizu

Određivanje javnosti

- Oblikovanje kriznog štaba
- Priprema kriznog priručnika
- Osposobljavanje glasnogovornika

Komuniciranje u krizi

Preuveličavanje krize

- Određivanje ciljeva i ciljnih javnosti
- Oblikovanje poruka
- Izbor komunikacijskih alata

Prva dva sata

Formiranje kriznog štaba

- Priprema komunikacijskog centra
- Komuniciranje s najviše upletenima i zaposlenima

Slijedeća 24 sata

Komuniciranje s ostalim ključnim javnostima (medijima, dioničarima, poslovnim partnerima, utjecajnim javnostima, lokalnom zajednicom)

Planiranje in upravljanje krize, do zaključka

+ Analiza

Mjerenje uspješnosti komuniciranja

- Uspoređivanje planiranoga s postignutim
- Priprema nacrtu poslovanja i komuniciranja u budućnosti

SADRŽAJ KRIZNOG NACRTA

- **Uvod:** zadaci članova tima, filozofija organizacije, uputstva za korišćenje priručnika.
- **Postupak:** sažetak s postupcima u kriznoj situaciji.
- **Krizni tim:** imena, kratak opis njihovih odgovornosti, telefonski brojevi (dostupnost 24 sata), dostupnost u slučaju bolesti ili godišnjeg odmora članova tima.
- **Javnost:** popis javnosti i način kontaktiranja.
- **Poruke:** popis poruka za uspješno komuniciranje u trenutku krize.
- **Izvori:** lokacija kriznog štaba, izvori i način upotrebe.
- **Mediji:** kratak priručnik o komuniciranju s medijima.
- **Informacije:** podaci o organizaciji.
- Popis telefona i adresa medija i novinara.

PRIJE KRIZE

- predviđanje i prepoznavanje potencijalnih kriznih situacija;
- formiranje kriznog komunikacijskog tima i osposobljavanje njegovih članova;
- prepoznavanje upletenih javnosti;
- oblikovanje komunikacijske strategije i taktika;
- određivanje i oblikovanje djelotvornih komunikacijskih puteva za upletene javnosti i za smanjivanje štete ugleda organizacije;
- testiranje i prilagođavanje komunikacijskog plana;
- određivanje i osposobljavanje portparola;
- priprema kriznog komunikacijskog centra;
- priprema check liste za moguću krizu i glavnih informacija o organizaciji.

PONAŠANJE U KRIZI

- U krizi se uvijek pripremimo na najgore.
- Odmah zamislimo najgori i najteži “crni” scenario.
- Svaki ishod uspješniji od “crnoga” predstavlja uspjeh.
- Što manje kažete, ljudi više misle da nešto skrivate.
- Što više kažete ljudima, brže će izgubiti zanimanje.

SVETO PISMO

RECITE SVE!

RECITE BRZO!

RECITE ISTINU!

KLJUČNA PRAVILA

Odnos:

- Profesionalan
- Pristojan
- Ne postoji „nezvanično“
- Na raspolaganju 24 sata
- Ograničen pristup
- Direktan kontakt
- Novinari nijesu ni PRIJATELJI ni NEPRIJATELJI – oni imaju svoje mišljenje
- Ne očekujte da vam vraćaju “usluge”

Informacije:

- Promptne
- Istinite
- Dokumentovane
- Mogu se provjeriti
- Stalne – dosljedne
- U dovoljnoj količini
- Razdvojite činjenice od analize – pružite im i jedno i drugo
- Nemojte stvarati propagandu – **šaljite poruke**

PORUKE

- Prvi i osnovni cilj je zaštita integriteta i ugleda organizacije.
- Poruka treba da ima ljudsku notu.
- Nikada ne pokušavajte da lažete, osporavate ili krijete svoju umiješanost.
- Nikada nemojte da ignorišete situaciju, tako će se samo pogoršati.
- Ne dozvolite da pravnici donose odluke.

ZAPAMTITE

- Priznajte da problem postoji
- Povratite povjerenje javnosti u vaš brend... Neka svima bude jasno da su vaše reakcije odgovarajuće
- Umanjite muku javnosti... Govorite prave stvari
- Budite iskreni. Budite realni.
- Pokažite žaljenje
- Zapamtite da je televizija najvažniji medij
- Ne krivite medije za vaše probleme
- Govorite prvo o ljudima, a tek na kraju o materijalnoj šteti
- Upamtite da javnost može imati dugo pamćenje koje se održava pažnjom medija
- Prihvatite odgovornost.

bojana.femic
@gmail.com



Bojana Femic-
Radosavovic



Bul. Ivana
Crnojevića 28,
Podgorica



iMessage Me

+382 67 535 648

KEEP SMILING! 😊



HVALA NA
PAŽNJI!

