

PLÁN KRÍZOVEJ KOMUNIKÁCIE



Posledná aktualizácia

3. apríl 2023

Vyhotovil:.....

OBSAH



- 03 Potenciálne riziká
- 04 Krízový tím
- 05 Zainteresované strany
- 06 Komunikačné kanály
- 07 Webové stránky
- 08 Sociálne siete
- 09 E-maily pri krízovej komunikácii
- 10 E-mail vzor
- 11 Tlačová správa
- 12 Tlačová správa vzor
- 13 Hotline
- 14 FAQ

POTENCIÁLNE RIZIKÁ

Prečítajte si nasledujúci zoznam potencionálnych rizík a identifikujte, ktoré sú predvídateľné.

Prírodné riziká (geologické a meteorologické)

- Zemetrasenie
- Vichrica/hurikán
- Povodeň
- Zosuv pôdy
- Extrémne teploty SUCHO/MRÁZ
- Krupobitie
- Údery blesku
- Požiar
- Porucha vodnej konštrukcie/hrádze

Technické riziká

- Prerušenie alebo porucha siete
- Výpadok systému
- Porucha elektrickej energie/plynu/vody

Udalosti spôsobené ľuďmi (náhodné a úmyselné)

- Uvoľnenie nebezpečného materiálu (napr.: rádioaktívneho, kontaminovaného...)
- Výbuch/požiar
- Dopravná alebo iná nehoda
- Zrútenie budovy/jej časti
- Zachytenie a/alebo pád (strojom...)
- Lúpež
- Štrajk
- Demonštrácia/občianske nepokoje
- Terorizmus
- Podozrivý balík
- Bombová hrozba
- Násilie na pracovisku /obťažovanie

Biologické riziká

- Choroby prenášané jedlom (salmonela...)
- Infekčné ochorenia (chrípka, COVID...)

KRÍZOVÝ TÍM

Vyberte zamestnancov, ktorí budú zodpovední za krízovú komunikáciu.

V závislosti od veľkosti firmy môžete určiť aj jednotlivé tímy.

Tím pre riadenie krízy, verejné vzťahy, tím pre vnútornú komunikáciu a ďalšie.

Ak nemáte marketingové oddelenie, vyčleňte si jedného zamestnanca, ktorý bude mať krízovú komunikáciu na starosti.



Tím 1

Anna Kolárová

Krízová manažérka

0911 111 111

kolarova@kolarova.sk



Tím 2

Katarína Hrašnová

Interná komunikácia

0911 111 112

hrasnova@hrasnova.sk



Tím 3

Peter Glván

Komunikácia s verejnosťou

0911 111 113

glvan@glvan.sk

TÍM	MENO	ADRESA	PRACOVNÝ TELEFÓN	SUKROMNÝ TELEFÓN	E-MAIL
Tím 1					
Tím 1					
Tím 2					
Tím 2					
Tím 3					
Tím 3					

KOMUNIKAČNÉ KANÁLY

Médiá - Oslovte novinárov a médiá, aby ste získali širokú publicitu a zdieľanie informácií s verejnosťou. Médiá sú významnými kanálmi pre šírenie správ a môžu pomôcť zabezpečiť, aby vaša správa bola správne zaznamenaná a zdieľaná. Nižšie si vyšpecifikujte, ktoré médiá oslovíte. Je dobré mať po ruke ihneď zoznam s kontaktmi.

Tlačové agentúry

Tlačová agentúra	Meno a priezvisko novinára	e-mail	telefón
TA1	Ján Prvý	prvy@ta1.sk	0900 000 111

Online denníky a tlač

Médium	Meno a priezvisko novinára/redaktora	e-mail	telefón
Dennik1			

KOMUNIKAČNÉ KANÁLY

Pri výbere komunikačných kanálov je dôležité zväziť, ktoré z nich najlepšie zodpovedajú potrebám a očakávaniam verejnosti a sú najúčinnnejšie pri šírení informácií o krízovej situácii.

Televízia

Názov televízie	Meno a priezvisko novinára	e-mail	telefón
Televízia1			

Rozhlas

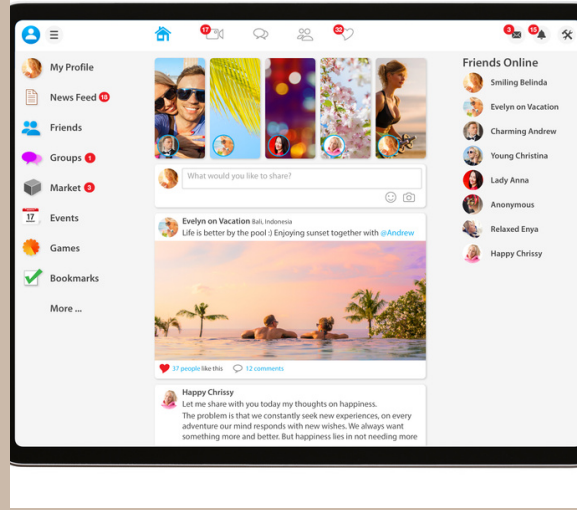
Médium	Meno a priezvisko novinára/redaktora	e-mail	telefón
Rádio1			



WEBOVÉ STRÁNKY

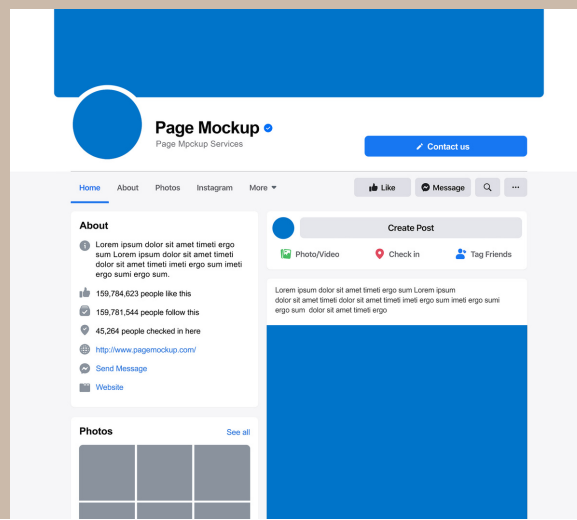
Vaša webová stránka je dôležitým miestom na zverejňovanie dôležitých informácií, ako napríklad aktualizácie a pokyny týkajúce sa krízy.

Zabezpečte si, aby boli vaše webové stránky pravidelne aktualizované a to, aby boli informácie zreteľne zdieľané a ľahko dostupné. Ak pripravujete vyhlásenie, stanovisko alebo tlačovú správu, nezabudnite ju tam umiestniť.



SOCIÁLNE SIETE

Sociálne siete sú dnes veľmi populárnymi a efektívnymi nástrojmi na zdieľanie informácií. Využite sociálne siete, ako sú Facebook, Twitter alebo Instagram, aby ste získali rýchlu a širokú publicitu. Môžete si rovno predpripraviť šablónu pre danú krízovú situáciu.



E-MAILY PRI KRÍZOVEJ KOMUNIKÁCIÍ

Zasielanie e-mailov môže byť účinným spôsobom, ako zdieľať dôležité informácie s vašimi zamestnancami, zákazníkmi a partnermi. Pripravte si vzor e-mailu, ktorý zašlete v prípade krízovej komunikácie.

Úvod - Začnite email uvítaním a vyjadrite svoju starosť o situáciu. Ukážte, že si uvedomujete, že ide o citlivú situáciu a že ste pripravení poskytnúť potrebné informácie.

Jasný a zrozumiteľný jazyk - Používajte jednoduchý a zrozumiteľný jazyk. Vyhnite sa používaniu odborných výrazov alebo termínov, ktoré by mohli byť nezrozumiteľné pre niektorého príjemcu.

Zamerajte sa na potreby príjemcov - Uistite sa, že v emaili zodpovedáte na otázky a obavy príjemcov. Zahrňte informácie, ktoré by mohli byť pre nich dôležité a užitočné.

Údaje a fakty - Poskytnite dôležité informácie a fakty o kríze. Uvedte príčiny krízy, aké kroky sa podnikajú na jej riešenie a aké opatrenia sa majú prijať.

Spôsoby, ako sa chrániť - Zahrňte praktické rady a odporúčania, ako sa chrániť pred krízou alebo ako konať v prípade, že sa dostanete do takej situácie.

Kontaktné informácie - Zabezpečte kontaktné informácie na zodpovedné osoby alebo oddelenia, ktoré sa zaoberajú krízou. To umožní príjemcom získať ďalšie informácie, ktoré by mohli potrebovať.

Ukážte empatiu - Preukážte empatiu a pochopenie pre situáciu, ktorú príjemcovia zažívajú. Ukážte, že s nimi súcítite a že ste tu pre nich.

Záver - Zakončite email vyjadrením vďaky za pozornosť a opäť potvrdte, že ste k dispozícii na ďalšie otázky alebo informácie.

Podpis - Podpíšte sa so svojím menom a kontaktmi, aby príjemcovia mohli s vami ľahko nadviazať kontakt.

EMAIL (VZOR)

Komu:

Kópia:

Predmet: Dôležité informácie ohľadom aktuálnej situácie

Vážení,....

chceme Vám poskytnúť informácie ohľadom aktuálnej situácie, ktorá má vplyv na nás všetkých. Sme si vedomí, že ide o citlivú situáciu a chceme Vám poskytnúť jasné a presné informácie, aby ste boli schopní sa lepšie pripraviť na budúcnosť.

Je nám ľúto informovať Vás o tom, že sme zistili, že sa niektoré z našich produktov nachádzajú v stave, ktorý môže predstavovať riziko pre našich zákazníkov. Bezpečnosť našich zákazníkov je pre nás na prvom mieste a preto sme už prijali opatrenia na riešenie tejto situácie.

Naša spoločnosť pracuje s nezávislými odborníkmi na bezpečnosť produktov, ktorí nám pomáhajú identifikovať a riešiť riziká. Momentálne pracujeme na identifikácii konkrétnych výrobkov, ktoré môžu byť ovplyvnené a budeme Vás informovať o ďalších krokoch, ktoré sa budú konať.

V súčasnej dobe, Vám odporúčame zastaviť používanie našich produktov a postupovať podľa nášho odporúčania.

Pokiaľ máte akékoľvek otázky, neváhajte nás kontaktovať na adrese [email] alebo na telefónnom čísle +421 123 456 789.

Ďakujeme Vám za pochopenie a veríme, že sa spoločne dokážeme vyrovnáť s touto situáciou.

S pozdravom, Jan Novák
Tím krízovej komunikácie

Komu:

Kópia:

Predmet: Dôležité informácie o kríze

Dobrý deň,

s veľkou starosťou sa vám chcem ozvať ohľadom situácie, ktorú teraz prežívame. Viem, že je to pre nás všetkých veľmi ťažké obdobie, preto by som vám chcel poskytnúť dôležité informácie a odporúčania, aby sme všetci mohli čo najlepšie zvládnuť túto situáciu.

Chcel by som vám pripomenúť, že v súčasnej dobe sme v krízovej situácii a je dôležité, aby sme sa správali zodpovedne a dodržiavali všetky odporúčania a pokyny na ochranu pred šírením vírusu.

Uvedomujeme si, že môžete mať množstvo otázok a obáv, preto by som sa chcel s vami podeliť o niektoré dôležité informácie:

Kríza: Uvedomujeme si, že sa nachádzame v ťažkej situácii a sme v neustálom kontakte s príslušnými orgánmi, aby sme podnikli potrebné kroky na ochranu verejnosti.

Ochrana: Snažíme sa zabezpečiť čo najlepšie prostriedky na ochranu a dezinfekciu prostredia, aby sa predišlo ďalšiemu šíreniu vírusu. Významne sa zvýšila hygienická opatrnosť a každý z nás má zodpovednosť v tejto súvislosti.

Odporúčania: Radi by sme vám pripomenuli niektoré základné opatrenia, ako sa chrániť pred vírusom, ako napríklad umývanie rúk, nosenie rúška, udržiavanie sociálnej vzdialenosti a podobne.

Kontakty: Ak by ste mali akékoľvek otázky alebo obavy, radi vám pomôžeme.

Môžete nás kontaktovať na nasledujúcich kontaktoch: [uvedte kontaktné informácie].

Všetky informácie sú k dispozícii aj na našej webovej stránke [uvedte URL adresu].

Ďakujeme za vašu spoluprácu v týchto ťažkých časoch.

S pozdravom, Ján Novák
Tím krízovej komunikácie

TLAČOVÁ SPRÁVA

Pri písaní tlačovej správy pri krízovej komunikácii je dôležité byť jasný, presný a transparentný. Tu je niekoľko krokov, ktoré vám môžu pomôcť pri písaní tlačovej správy pri krízovej komunikácii:

1. Začnite pozdravom a vysvetlite situáciu

V prvom odstavci by ste mali uviesť pozdrav a jasne a zrozumiteľne vysvetliť situáciu, ktorá vyvolala potrebu krízovej komunikácie. Môžete uviesť aj dôvody, prečo ste sa rozhodli kontaktovať médiá.

2. Poskytnite jasné a relevantné informácie

V ďalších odstavcoch by ste mali poskytnúť jasné a relevantné informácie o situácii, ktorou prechádzate. To zahŕňa aj informácie o opatreniach, ktoré sa plánujú prijať a kedy budú prijaté. Ak je to relevantné, môžete uviesť aj informácie o dopade situácie na zákazníkov, zamestnancov a verejnosť.

3. Budte transparentní a otvorení

Je dôležité, aby bola vaša tlačová správa transparentná a otvorená. Ak ste sa dopustili chyby, uznajte ju a vysvetlite, čo sa stalo a čo sa plánuje urobiť, aby sa to nezopakovalo. Ak existuje neistota alebo nejasnosti, nebojte sa o tom hovoriť.

4. Uvedte kontaktné informácie

V závere tlačovej správy uvedte kontaktné informácie, aby novinári mohli kontaktovať zodpovednú osobu, ak budú mať ďalšie otázky. Uvedte meno, titul, e-mailovú adresu a telefónne číslo, na ktorom bude možné zastihnúť zodpovednú osobu.

5. Zhrnutie

V poslednom odstavci uvedte stručné zhrnutie situácie a toho, čo vaša spoločnosť robí, aby situácia bola riešená. Tu môžete aj zahrnúť poďakovanie za pozornosť a ochotu.

Tlačová správa by mala byť jasná, presná a obsahovať relevantné informácie. Je dôležité, aby bola transparentná a otvorená, a aby zahrňovala kontaktné informácie, ktoré umožnia novinárom kontaktovať zodpovednú osobu pre ďalšie informácie.

TLAČOVÁ SPRÁVA

Pri písaní tlačovej správy pri krízovej komunikácii je potrebné zamerať sa na niekoľko kľúčových bodov, ktoré pomôžu zabezpečiť, že správa bude zrozumiteľná, jasná a dôveryhodná. Tu je niekoľko tipov, ktoré by mohli pomôcť:

Logo spoločnosti/inštitúcie

Tlačová správa

dátum: dd. mm. rrrr (prípadne aktualizované: dd. mm. rrrr) v (mesto)

Spoločnosť X informuje o riziku výrobku Y Mesto Z, dátum - Spoločnosť X, popredný výrobca produktov Y, dnes informuje o riziku spojenom s používaním výrobku Y, ktorý sa predáva na trhu v posledných mesiacoch. Spoločnosť X zistila, že výrobok Y môže predstavovať riziko pre zákazníkov kvôli nedostatočnému označeniu. Spoločnosť okamžite začala vykonávať opatrenia na zlepšenie situácie.

Podrobnosti:

- Výrobok Y má nedostatočné označenie, ktoré môže viesť k zámene s inými produktmi.
- Zákazníci, ktorí vlastnia výrobok Y, sú vyzývaní, aby ho okamžite prestali používať.
- Spoločnosť X zaviedla nové postupy na zlepšenie označovania výrobku Y a zároveň prebieha stiahnutie všetkých dotknutých výrobkov z trhu.
- Zákazníci môžu kontaktovať spoločnosť X prostredníctvom zákaznickej linky na čísle: **123456789** alebo prostredníctvom e-mailu zakaznickyservis@spolocnostx.sk

Spoločnosť X sa ospravedlňuje všetkým zákazníkom, ktorí boli ovplyvnení touto situáciou, a zároveň zaručuje, že sa bude snažiť vyriešiť situáciu čo najrýchlejšie a najefektívnejšie. Spoločnosť bude pravidelne informovať o akýchkoľvek ďalších krokoch, ktoré sa budú podnikať na riešenie problému.

Kontaktné informácie:
Meno a priezvisko
Pozícia: **Spoločnosť X**
Telefón: **123456789**
E-mail: press@spolocnostx.sk

Adresa spoločnosti

Tento vzor obsahuje jasný a výstižný nadpis, úvodnú pasáž, hlavnú správu a detaily o opatreniach. Zároveň obsahuje kontaktné informácie pre novinárov, ktoré umožňujú ďalšiu komunikáciu so spoločnosťou X.

HOTLINE

Hotline alebo kontaktné centrum môže byť užitočné, ak chcete poskytnúť informácie a odpovede na otázky verejnosti.

Hotline umožňuje ľuďom zavolať a komunikovať s kvalifikovanými zástupcami, ktorí im môžu pomôcť. Určite si kam môžu zákazníci/zamestnanci/klienti volať a písať e-maily.

Meno a priezvisko	telefón	e-mail

FAQ

FAQ (často kladené otázky) sú dôležitou súčasťou krízovej komunikácie. FAQ obsahuje zoznam otázok a odpovedí, ktoré môžu byť pre verejnosť relevantné počas krízy. Tu je niekoľko tipov na to, ako by malo vyzerať FAQ pri krízovej komunikácii:

- Váš FAQ by mal obsahovať základné informácie o kríze, ako napríklad jej príčiny, dôsledky a spôsoby, ako sa chrániť.
- Uvedomte si potreby verejnosti - zamerajte sa na témy, ktoré najviac zaujímajú verejnosť. Zahrňte otázky, ktoré ste často počuli od svojich zákazníkov, partnerov alebo iných zainteresovaných strán.
- Udržujte informácie aktuálne - FAQ by malo byť pravidelne aktualizované na základe najnovších informácií o kríze. Verejnosť musí mať prístup k aktuálnym informáciám, aby mohla podniknúť primerané kroky na ochranu svojho zdravia a majetku.
- Zabezpečte jasný a zrozumiteľný jazyk - FAQ by malo byť napísané jednoduchým a zrozumiteľným jazykom, aby sa verejnosť mohla ľahko zorientovať.
- Uvádzajte zdroje - zdroje informácií by mali byť uvedené na konci každej odpovede. Umožní to verejnosti preveriť a overiť si informácie, ktoré sú uvedené vo FAQ.
- Uveďte kontaktné informácie - FAQ by malo obsahovať kontaktné informácie na zodpovedné osoby alebo oddelenia, ktoré sa zaoberajú krízou. To umožní verejnosti získať ďalšie informácie, ktoré by mohli potrebovať.

Číslo	Otázka	Odpoveď
1		
2		
3		

FAQ by malo byť prístupné a ľahko hľadateľné na vašej webovej stránke alebo iných komunikačných kanáloch. Môže pomôcť zmierniť obavy a otázky verejnosti a poskytnúť im potrebné informácie, ktoré im umožnia riadne reagovať na krízu.