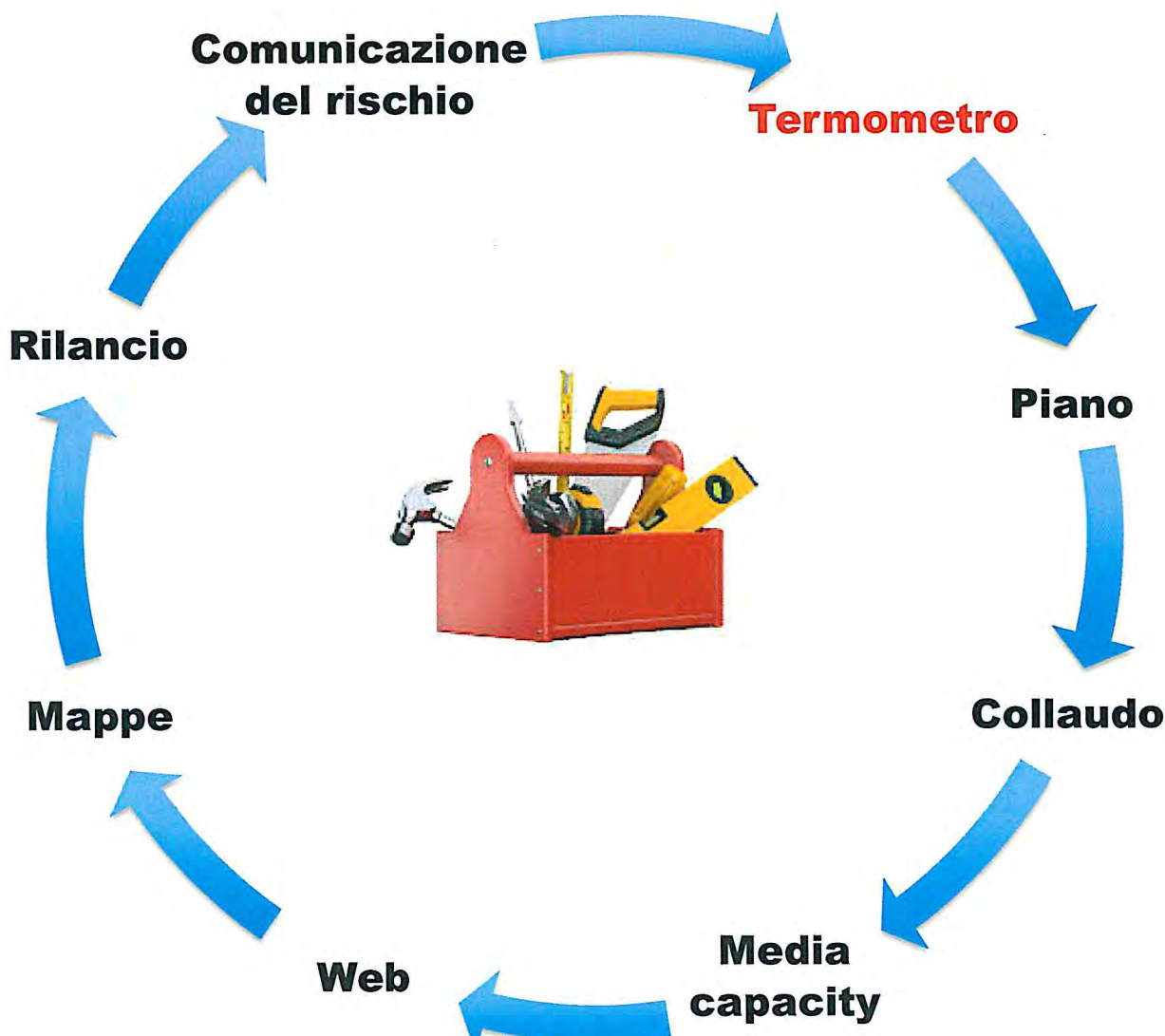


LA CASSETTA DEGLI ATTREZZI della Comunicazione di crisi

A cura di
Giampietro Vecchiato (PR Consulting)
Giovanni Landolfi (StampaFinanziaria)

Il fattore chiave indispensabile per affrontare in maniera efficace qualunque situazione problematica – sia essa un'emergenza circoscrivibile, un grave problema che mette seriamente a rischio l'organizzazione o una crisi irreversibile – è la predisposizione di un sistema di contenimento delle emergenze.

In particolare, per contenere una crisi conclamata, è necessario che l'organizzazione si doti di una serie di competenze e strumenti che possono essere sintetizzati nello schema che segue.



Si tratta di strumenti e competenze che richiedono capacità organizzative, comunicative e di relazione, oltre che di prove ed esperienze sul campo: un insieme di abilità che possono gradualmente entrare a far parte del bagaglio professionale delle persone potenzialmente esposte a situazioni di crisi, come, per esempio, chi occupa posizioni apicali all'interno delle organizzazioni, gli addetti alla comunicazione, i membri a vario titolo dei team di crisi.

A questo scopo, nella tabella che segue abbiamo indicato, accanto alle descrizioni sommarie dei diversi strumenti, le caratteristiche e la consistenza di massima dei possibili interventi di consulenza e formazione che possono consentire di acquisire e strutturare i diversi strumenti.

STRUMENTI	MODALITA' DI INTERVENTO
<p>1. Il termometro della crisi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prevenzione dei rischi - Analisi delle vulnerabilità - Monitoraggio dei media - Organizzazione dei processi 	<ul style="list-style-type: none"> - Una o più sessioni di assessment aziendale finalizzato alla prevenzione dei rischi e al governo delle relazioni con i media
<p>2. Il piano di crisi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manuale operativo - Team di crisi - Responsabilità, contatti e priorità - Flussi di comunicazione 	<ul style="list-style-type: none"> - Assessment organizzativo aziendale - Redazione del piano - Piano di comunicazione e condivisione interna del piano
<p>3. Il collaudo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Simulare l'imprevisto: cos'è, a cosa serve, come funziona una simulazione - Simulare ruoli, attività, attivazione del piano di crisi - Come gestire la simulazione - Dopo la simulazione: revisione degli strumenti: vulnerabilità, team, monitoraggio, piano. 	<ul style="list-style-type: none"> - Stesura di un progetto di simulazione - Predisposizione logistica del test - Simulazione - Analisi e adeguamento del piano di crisi, dei ruoli e dei processi.
<p>4. Media capacity</p> <ul style="list-style-type: none"> - Policy di comunicazione interne - Gestione degli archivi - Monitoraggio della stampa e del web - Media training. 	<ul style="list-style-type: none"> - Assessment delle attività e competenze di comunicazione dell'organizzazione - Realizzazione di una proposta di organizzazione della comunicazione - Predisposizione delle policy di comunicazione - Formazione del personale esposto al contatto con i media

segue

<p>5. Il presidio del web</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sito internet - Social network - Dark site. 	<ul style="list-style-type: none"> - Analisi del sito web dell'organizzazione - Progetto per la realizzazione di strumenti per il presidio del web in caso di crisi -
<p>6. Le mappe</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mappatura degli stakeholder - Mappatura dei media - Stakeholder management. 	<ul style="list-style-type: none"> - Assessment e classificazione degli stakeholder dell'organizzazione - Progetto di gestione degli stakeholder
<p>7. Rilancio.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chiusura della crisi - Governare i media - Opportunità nate dalla crisi - Revisione del sistema di prevenzione e gestione delle crisi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Piano di intervento post-crisi - Analisi delle criticità e integrazione del piano di crisi - Piano di comunicazione finalizzato al ripristino reputazionale a breve e lungo termine - Piano di gestione delle relazioni con gli stakeholder
<p>8. Comunicazione del rischio.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Informazione e education sui rischi - Interventi operativi: eventi; formazione interna/esterna; strumenti editoriali; iniziative divulgative - (torna la punto 1). 	<ul style="list-style-type: none"> - Assessment sulle situazioni di rischio - Piano di comunicazione del rischio - Progettazione di eventi e strumenti per la comunicazione del rischio - Relazioni con i media

Contatti:

Giampietro Vecchiato, P.R.Consulting srl – Padova.
Tel. 049.660405 - piero@prconsulting.it

Giovanni Landolfi, StampaFinanziaria – Milano.
Tel. 340 7878304 - landolfi@stampafinanziaria.it