



LISTA DE VERIFICAÇÃO DE COMUNICAÇÕES DE CRISE

CISION

Uma crise pode acontecer rapidamente, e as empresas precisam de estar preparadas quando isso acontece. Esta lista de verificação de dez passos foi concebida para o orientar em caso de crise, à medida que vai acontecendo. Utilize-a juntamente com o plano de comunicações de crise da sua organização para garantir que a sua equipa não perca nada.

Reconheça a crise que se está a gerar e prepare-se para agir

Consulte as regras para comunicações de crise

Reúna toda e qualquer informação disponível, tanto interna como externamente

Utilize a sua monitorização de meios de comunicação

Certifique-se de que as suas pesquisas estão prontas para seguir e adicione quaisquer palavras-chave relacionadas com a crise

Compare o share of voice da crise com a sua cobertura referenciada

Verifique a monitorização das redes sociais quanto a alcance e envolvimento relativamente à crise

Alerte a equipa e forneça informações

Certifique-se de que a hierarquia e a comunicação são claras

Decida se a sua equipa precisa de interromper publicações de redes sociais, e-mails de clientes, conteúdos, etc. programados

Desenvolva as suas mensagens

Conheça os relevantes pontos de discussão internos, de liderança, de clientes e dos meios de comunicação

Aponte um porta-voz e uma fonte de verdade a quem possa dirigir as comunicações (por ex., uma publicação no blog)

Prepare os seus comunicados (conforme necessário)

Prepare um comunicado de imprensa

Prepare publicações nas redes sociais

Prepare-se para uma conferência de imprensa

Reveja com o seu departamento jurídico/partes interessadas

Reporte informações relevantes aos executivos e decisores

Consulte a equipa jurídica/executivos antes de enviar qualquer comunicação externa

Entregar os comunicados

Envie comunicados de imprensa e mensagens nas redes sociais (se aplicável)

Certifique-se de que o porta-voz adota uma linguagem clara nos comunicados

Monitorar cobertura adicional e respostas

Observe atentamente a conversa social

Verifique se existem picos na cobertura dos meios de comunicação

Responda quando e onde apropriado

Reavalie a situação

Se a crise estiver contida, respire de alívio

Caso contrário, considere a possibilidade de contactar alguns jornalistas e/ou influenciadores - que são defensores da sua marca - para ajudarem a mitigar a crise

Faça uma avaliação

Analise onde lidou de forma eficaz com a crise e onde havia espaço para melhorias

Atualize o seu plano de comunicações de crise para eventos futuros