

УДК 316.33

АНТИКРИЗИСНЫЙ PR

Мороз Я.В.

Научный руководитель к.п.н., доцент Володько О.М.

Белорусский национальный технический университет

Антикризисный PR - это комплекс мер, направленных на сохранение репутации, поддержание имиджа, подавление слухов, поддержание лояльности клиентов и сотрудников и, что самое важное, выживание организации во время кризиса.

Антикризисный PR состоит из предварительного планирования, разработки подробной стратегии, подготовки PR-документов, взаимодействия со средствами массовой информации, связи с клиентами, сотрудниками, государственными учреждениями, инвесторами и другими заинтересованными сторонами, а также из информационно-пропагандистской деятельности и образования.

Область управления кризисом - это управление PR-аспектами таких серьезных событий, которые могут практически внезапно уничтожить или серьезно повредить репутацию организации.

Во время кризиса организация находится под пристальным вниманием общественности и средств массовой информации.

Вот почему в такой ситуации необходима специальная коммуникационная стратегия, суть которой заключается в предотвращении формирования негативного имиджа компании в сознании общественности и окружения.

В противном случае может потребоваться несколько десятилетий, чтобы изменить мнение в правильном направлении.

Кризисное управление начинается с определения типа кризиса, поскольку только в этом случае можно сформировать эффективную программу действий с учетом ее характеристик. Кризис также является временем принятия важных и тяжелых решений, а также жесткого режима управления.

Сложность кризисной ситуации заключается также в ее динамизме. Кризис - это событие, в ходе которого всегда есть нехватка времени. Следует иметь в виду, что каждый кризис возникает и развивается по своему.

Поэтому, разобравшись в причинах кризиса, можно подготовить конкретную программу действий по его предотвращению.