
Obsah

O autorovi	9
Úvod	13
1. Co všechno se může stát	15
1.1 S čím musíte počítat	17
1.2 Shrnutí	20
2. Krize a její následky	21
2.1 Podstata krize	23
2.2 Okolnosti vzniku krizí	25
2.3 HLP – hrozba pro každou firmu	28
2.4 Nebezpečí dlouhodobé krize	28
2.5 Typy krizí	29
2.6 Proč mívají krize tak vážné následky	31
2.7 Shrnutí	33
3. Dobrá pověst jako klíčová hodnota	35
3.1 Pověst a dynamika potřeb a zájmů	37
3.2 Intriky a nástrahy	39
3.3 Ztráta tváře	40
3.4 Efekt dobré pověsti	41
3.5 Pověst jako komunikační filtr	42
3.6 Shrnutí	45

4. Média a novináři – bez nich to nejde	47
4.1 Mediální svět a jeho výzvy	49
4.2 Předpoklady úspěšné spolupráce	50
Redakční uzávěrka	50
Budte flexibilní	51
Mějte dobrý přehled	52
Novináři v pohybu	54
4.3 Internet – jeho moc, vliv a síla	55
Internetová sociální média – účinná a snadno dostupná	56
4.4 Shrnutí	59
5. Jak přežít krizi	61
6. Předkrizové období	67
6.1 Informační pole	69
6.2 Fundament krizové komunikace	72
6.3 Krizové plánování	73
6.4 Na co byste si měli dát pozor	75
6.5 Krizový audit	79
6.6 Zaměstnanci jako zdroj krize	82
6.7 Scénář krizové komunikace	84
6.8 Krizový komunikační tým	85
6.9 Komunikačně-řídící centrum	88
6.10 Rozvoj krizového komunikačního týmu	89
Simulace krizové události	90
Mediální trénink	90
Rozvoj dalších schopností	91
6.11 Kdo může hovořit jménem firmy	92
Mediální poptávka	92
Uchazeči o publicitu	93
6.12 Tiskový mluvčí a jeho role	95
6.13 Vztahy s médii v čase krize	96
Komunikační rovnice úspěchu	96
Předem připravené tiskové zprávy	97
Podpora komunikovaného poselství	98

6.14	Krizový manuál	99
6.15	Krizová webová stránka	100
6.16	Internet v komunikaci se zaměstnanci	101
6.17	Internetová sociální média během krize	102
	Vstřícnost vůči potřebám uživatelů internetu	103
	Důraz na důvěryhodnost	104
	Bez pravidelné kontroly to nejde	104
6.18	Shrnutí	106
7.	Když propukne krize	109
7.1	Zachovejte si akceschopnost	111
	Převzmete iniciativu	112
	Emoce ve hře	112
	Hovořte jedním hlasem	113
	Poskytněte ujištění	114
	Informujte všechny oprávněné strany	114
	Konfliktní situace řešte s nadhledem	115
7.2	Počítejte s realitou	115
	Emancipace veřejnosti	115
	Zprávy 24 hodin denně	116
	Roste význam zpráv z regionů	116
	Internet jako katalyzátor úspěchu	117
	Nové technologie	117
7.3	Braňte svoji pověst účinně	118
	Výchozí princip	118
	1. Přiznání plné odpovědnosti	119
	2. Odmítnutí odpovědnosti	119
	3. Poukázání na polehčující okolnosti	120
	4. Zmírnění pobouření	120
	5. Poskytnutí záruk	121
	Role pravdy při obraně pověsti	121
7.4	Vsaďte na řízený dialog s médii	122
	Příprava – fakta, fakta, fakta	122
	Tisková zpráva	123
	První interview	125
	Dejte si pozor na důvěřivost	127

Vsadte na správný postup	128
Tisková konference	129
Pozor na zapnuté mikrofony	130
7.5 Podpořte svoji pozici na internetu	131
Krizová webová stránka	131
Sociální média v akci	131
7.6 Monitoring – role a význam	134
7.7 Zaměstnanci: Přehlížená skupina krizové komunikace	135
Výhody správně nastavené komunikace	136
Zranění a smrt zaměstnanců – pamatujte na empatii a lidskost	136
7.8 Když dojde na propouštění	139
Co je v ohrožení	139
Na co je třeba dát pozor	141
7.9 Nátlakové skupiny	142
Spektakulární akce ve hře	143
Poznejte svoji nátlakovou skupinu	144
Co byste měli také vzít v úvahu	145
7.10 Zaostřeno na kontaminace výrobků	147
Vsadte na proaktivní dialog	148
7.11 Zaostřeno na požáry, výbuchy, úniky škodlivých látek	150
7.12 Shrnutí	152
8. Období po krizi	155
8.1 Komunikační uzavření krize	157
8.2 Čas na analýzu	158
8.3 Bod obratu a jeho příčiny	160
8.4 Mediální analýza	160
8.5 Opakovaná publicita	161
8.6 Příprava na další krizi	162
8.7 Shrnutí	163
Závěr	165
Slovník pojmů	167