

Czas pandemii to sprawdzian dla wszystkich - niezależnie od życiowej roli. Zarówno szef, rodzic, jak i pracownik powinni pamiętać, że obok decyzji podejmowanych na najwyższym szczeblu i centralnie sterowanych programów pomocowych, wiele zależy od nich samych. Postawa i podejmowane decyzje mają decydujący wpływ na przetrwanie i kondycję biznesu w przyszłości - dlatego należy postępować planowo i racjonalnie. Poniżej przedstawiamy 5 najważniejszych zasad, jak postępować, by przetrwać w czasie kryzysu.

COVID-19 INFODEMIA

KOMUNIKACJA

CZAS COVID-19 TO W KOMUNIKACJI CZĘSTSZE FAKE NEWS I PROPAGANDA. MIMO STARAŃ, MEDIA NASIAKAJĄ PÓŁPRAWDAMI.

Weryfikuj informacje.
Technologiczni giganci sprawnie usuwają dezinformację z platform, nie mają jednak nad nimi pełnej kontroli.

Źródłem fałszywych wiadomości może być najbliższy krąg znajomych i rodziny, gdy ktoś świadomie lub nie, powtarza niesprawdzone informacje. Zachowaj rozwagę!

Skup się na faktach. Eliminuj komunikaty i źródła informacji podgrzewające atmosferę, namawiające do nieracjonalnego zachowania, silnie opiniujące. Weryfikuj ekspertów i sam uważaj, abyś nie krzywdził!

BIZNES

FIRMY REAGUJĄ DYNAMICZNIE - ZMIENIAJĄ HARMONOGRAMY, PRZESUWAJĄ KAMPANIE REKLAMOWE, REZYGNUJĄ Z AKTYWNOŚCI.

Pozostań profesjonalny - nie zamieniaj komunikacji swojego biznesu w streaming informacji, które pojawiają się w innych źródłach. Nie zatracaj!

Uważaj na złe intencje - pojawiły się nowe przestępstwa: oszustwa „na pracownika w kombinazonie”, kradzieże z domów osób, które wyjechały za miasto. Informuj pracowników i partnerów handlowych.

Jeśli możesz, wspieraj innych. Pozostań w tym autentyczny - fałsz nie zabezpieczy Twojego biznesu na przyszłość. Twórz treści bez ulegania pokusom łatwej promocji.

SPOŁECZEŃSTWO

POJAWIŁA SIĘ SZANSA NA UTRWALENIE DOBRZYCH NAWYKÓW I POSTAW SPOŁECZNYCH. WSPIERAJMY TO!

Wspólnota to siła, ale i odpowiedzialność - za siebie i innych. **Wypełniajmy zalecenia dotyczące higieny i przemieszczania się.**

Pojawiły się nowe metody udziału w życiu lokalnej społeczności. Śpijdzki wolontariat na rzecz starszych osób, nauka online, unikanie centrów handlowych na rzecz zakupów w małych sklepach, dowozu tylko z pobliskich restauracji. **Zaangażuj się.**

Pozostań aktywny choć kwarantanna sprzyja lenistwu. Szanuj rytm i planowanie!

SZAPIRO

KAŻDY DZIEŃ MA ZNACZENIE

Zarówno dla rozwoju człowieka, jak i firmy, najgroźniejsza jest stagnacja. Dlatego nie

powinno się czekać – w czasie kryzysu należy reagować dynamicznie – nadawać priorytety działaniom, zmieniać harmonogramy, rozmawiać z dostawcami, negocjować terminy, przesuwając kampanie reklamowe czy ograniczać wybrane aktywności.

ROZMAWIAJ Z KLIENTAMI

Poinformuj swoich odbiorców o wszystkich działaniach podjętych w reakcji na kryzys. Pokaż, że nie jesteś bierny i wiesz, jak prowadzić biznes również w trudnych warunkach. Przekaż wprost, jak kryzys wpływa na kondycję firmy, a w konsekwencji – na klientów, oferowane produkty i serwis.

Powiedzenie, że świat jaki znaliśmy do tej pory, nie wróci, staje się powoli truizmem. Niewiele jednak mówimy o tym, jak się otrząsnąć i co robić by przetrwać, a tym będzie w decydować jak szybko biznes nauczy się na nowo rozumieć dotychczasowych partnerów biznesowych i społecznych. Stare tory oraz utarte schematy prowadzą donikąd, teraz liczy się czas reakcji i zwanie szeregow w organizacji – powiedział Michał Szapiro, Prezes SZAPIRO PR.

POSTAW NA KOMUNIKACJĘ WEWNĘTRZNĄ

Pracownicy nie odpowiadają za kryzys, jednak to od nich zależy w dużej mierze powodzenie biznesu. Nie zostawiaj ich samych w trudnych chwilach. Komunikuj jasno i transparentnie, również o potencjalnych kłopotach. Niedopowiedzenia rodzą plotki, które negatywnie wpływają na pracę i jej atmosferę.

ZINTEGRUJ SIĘ Z LOKALNĄ SPOŁECZNOŚCIĄ

Niezależnie od skali biznesu, pamiętaj o najbliższym otoczeniu. Postaw na lokalnych dostawców i potrzebach społeczności. Jeśli możesz, pomagaj i wspieraj – takie działania przynoszą efekty zarówno teraz, jak i w przyszłości.

Spółki wysoko wyspecjalizowane oraz te działające na rynkach regulowanych będą również musiały odnaleźć się na nowo w rzeczywistości. Łańcuchy dostaw pękają na naszych

oczach, a to oznacza, że często układane przez ostatnie pięć, dziesięć czy nawet piętnaście lat relacje biznesowe pozostaną tylko mrzonką. Szybka reakcja i nietracenie oddechu pomogą – powiedziała Sylwia Kuligowska, Właściciel SCOPE Public Relations.

ZAWSZE MÓW PRAWDĘ

Czas pandemii sprzyja propagandzie i publikowaniu fałszywych informacji. Media weryfikują informację, jednak platformy społecznościowe często przekazują sensacje i półprawdy. Uważaj na fałszywe informacje – skup się na faktach; eliminuj komunikaty i źródła informacji podgrzewające atmosferę, namawiające do nieracjonalnego zachowania, silnie opiniujące. Weryfikuj ekspertów.

O SZAPIRO PR

Think tank i firma doradcza działająca w obszarze Public Relations. Wyróżnia nas połączenie kompetencji PR z doświadczeniem dziennikarskim i ekspertyzą inżynierską w zakresie procedur ochrony środowiska oraz realizacji dużych projektów infrastrukturalnych. Posiadamy doświadczenie w zakresie obsługi spółek zarówno o wysokiej kapitalizacji, jak i start-up'ów. Pracowaliśmy dla firm z branży medycznej, finansowej, deweloperskiej, sektora przemysłu i infrastruktury. Skutecznie łączymy wiedzę o nowoczesnej komunikacji ze zrozumieniem realiów prowadzenia biznesu i szacunkiem dla specyfiki uczestników rynku.

O SCOPE PR



Firma doradcza działająca w obszarze Public Relations i komunikacji kryzysowej, tworząca skuteczne narzędzia i kanały dotarcia do wyspecjalizowanych grup odbiorców – głównie sektora wrażliwego. Pracujemy z firmami rynku zbrojeniowego, branżą security, korporacjami oraz firmami cywilnymi. Wspieramy klientów w zakresie działań Public Relations, Public Affairs, komunikacji marketingowej, kryzysowej oraz CSR. Posiadamy kilkunastoletnie doświadczenie w tworzeniu i koordynowaniu projektów, strategii z zakresu marketingu, Public Relations i eventów z partnerami zagranicznymi oraz krajowymi, w tym wojskiem i służbami mundurowymi, placówkami dyplomatycznymi, środowiskiem strzeleckim i mediami branżowymi.

Źródło mat. prasowe