Jak na krizovou komunikaci

21. ledna 2021 / 10:00 / Akce proběhne online

Program akce

Hlavní blok

10:00 - 10:10 **Úvodní slovo**

Vladimír Rejlek

10:10 - 10:40 **Základní pravidla a strategie v krizové komunikaci**

Jan Kučmáš - AMI Communications

Partner PR agentury AMI Communications a někdejší předseda Asociace Public Relations, ve své přednášce představí postupy a nástroje vhodné pro krizovou komunikaci a ukáže jejich využití na konkrétních příkladech.

10:40 - 11:10 **Varování bez varování. Dva roky života s tzv. Varováním NÚKIB. Boj s větrnými mlýny nebo výrazná změna k lepšímu?**

Tomáš Kolder - LASVIT

Uplynuly už skoro dva roky ode dne, kdy Národní úřad pro kybernetickou a informační bezpečnost (NÚKIB) vydal tzv. Varování. V něm označil zařízení čínských společností Huawei a ZTE za bezpečností hrozbu. Přestože je technologická společnost Huawei považována za lídra v technologiích sítí páté generace (5G), tak sama společnost a operátoři od té doby čelí nejistotě ohledně účasti čínského dodavatele na budování sítí 5G. Co se za dva roky změnilo? A změnilo se vůbec něco? Jak Huawei komunikačně pracuje s kontinuální krizovou komunikací?

11:10 - 11:40 **Rok s COVID-19 na letišti aneb Krizová komunikace jako příležitost**

Roman Pacvoň - Letiště Praha

Cestovní ruch a letectví poznamenala obzvlášť drtivým způsobem krize spojená s pandemii onemocnění COVID-19. Výjimkou není ani Letiště Václava Havla Praha, kde po dobu trvání krize meziročně poklesl počet cestujících o více než 90 %. Dříve životem pulzují letištní haly plné nadšených cestujících zůstaly viditelně prázdné. Počet přistávajících letadel se v porovnání s loňským rokem radikálně snížil. Pražské letiště bylo v České republice jednou z prvních institucí, která se s hrozbou šíření nákazy musela vypořádat, a to především komunikačně. Vůbec poprvé už v lednu v souvislosti s linkami do Číny. Můžeme v tomto ohledu hovořit o permanentní krizové komunikaci? Jak vůbec pandemie změnila styl komunikace a dá se na největší krizi letectví v dějinách najít vůbec něco pozitivního? Byl uplynulý rok skutečně jen ve znamení špatných zpráv nebo i příležitostí pro pozitivní komunikaci?

11:40 - 11:55 **Přestávka**

11:55 - 12:25 **Milka. Stejná nebo jiná?**

Gabriela Bechynská - Mondelez Czech Republic

Dvojí kvalita je už několik let téma oblíbené stejnou měrou politiky i médií. Značka Milka, jejíž čokoládové a sušenkové produkty jsou dostupné a spotřebiteli oblíbené prakticky v celé Evropské unii, byla předmětem mnoha srovnávacích testů i mnoha výroků různých politiků. Jak komplikované je uchopit v komunikaci téma, které je pro veřejnost tolik líbivé, zároveň ohromně složité, a o kterém jste přesvědčeni, že se vás netýká?

12:25 - 12:55 **Jak udržet důvěru zákazníka, když se služba otřásá v základech**

Jan Škrabánek - Košík.cz

Jarní koronavirová krize nás zasáhla plnou silou. Košík se dostal do situace, kdy musel na jedné straně upravovat servis na úkor convenience, aby se dostalo na co největší množství zákazníků, na druhé straně bojovat s jejich důvěrou. A to jak v rovině samotné kvality služby, tak přijatých epidemiologických opatření. Jak komunikovat se zákazníkem a udržet jeho důvěru, když sami nevíte, co bude zítra?

12:55 - 13:25 **Krizová komunikace jako denní chléb**

Pavel Paradýs - Blueglue

Case study o krizové komunikaci, která předchází opravdové krizi. Jak nastavit tonalitu značky v community managementu na sociálních sítích a pracovat se sentimentem zákazníků na měsíční bázi pro udržení loajality a zamezení vzpoury zákazníků na sociálních sítích? Téma, o kterém promluví Pavel Paradýs za Acomware.

13:25 - 13:55 **Vaše pověst v ohrožení**

Petra Dolejšová - Bez paragrafů

Co dělat, pokud do vaší firmy nepěkně kopou zhrzení zaměstnanci, nespokojení spotřebitelé nebo jste obětí „fake news“ a hoaxů? Co když se do vás obouvají média? Víte, jaké možnosti vám dává právo a jaká esa máte v rukávu? Pojďme se na to mrknout na jednotlivých případech, zvesela a bez paragrafů.

14:00 **Předpokládaný konec akce**