



GRUPA KOMUNIKACJA +

PROPOZYCJA WSPÓŁPRACY

DZIAŁANIA WSPIERAJĄCE

w okresie stanu epidemii

Stan epidemii w Polsce i na świecie stawia przed biznesem szereg wyzwań, począwszy od organizacji pracy w obliczu zwiększonej absencji pracowników, przez zarządzanie reputacją marki, po zapewnienie płynności funkcjonowania firmy w niepewnym otoczeniu.

Wychodząc naprzeciw tym potrzebom, Komunikacja Plus proponuje **pakiet działań wspierających efektywne zarządzanie sytuacją kryzysową**, w szczególności obszarze komunikacji wewnętrznej oraz PR korporacyjnego.



Potrzeba:

konieczność szybkiego reagowania na zmieniającą się sytuację + zapobieganie plotkom i panice wewnątrz organizacji



Rozwiązanie*: sprawne zarządzanie obiegiem informacji w firmie w oparciu o dostępne kanały i narzędzia

plan komunikacji wewnętrznej

szybka diagnoza potrzeb
i możliwości komunikacyjnych
+ rekomendacje działań

komunikaty do pracowników

redakcja komunikatów do
pracowników, informujących na
bieżąco o rozwoju sytuacji

newsletter

przygotowanie i wysyłka
specjalnego wydania newslettera
nt. sytuacji bieżącej

stały punkt kontaktu

bieżąca obsługa skrzynki
mailowej dedykowanej
zapytaniom pracowników =
rozładowanie napięć
wewnętrznych

* propozycja rozwiązań możliwa do przełożenia również na komunikację z grupami B2B i B2C



Potrzeba:

konieczność sprawnej komunikacji z pracownikami podczas pracy zdalnej

Zarządzanie obiegiem informacji w firmie



Rozwiązanie: materiały i narzędzia wspierające komunikację online

- **content graficzny**
pakiet materiałów graficznych wspierających komunikację najistotniejszych przekazów kierowanych do pracowników w formie infografik, instrukcji, plakatów, ulotek.
- **content video**
video jako alternatywa spotkań f2f, forma komunikacji najbliższa rozmowie; każda ważna prezentacja, szkolenie, wywiad czy przemówienie udostępnione w formie linku do profesjonalnie wykonanej realizacji (czas realizacji: 2 dni)
- **platforma do komunikacji online**
centrum gromadzenia i wymiany najistotniejszych informacji związanych z rozwojem sytuacji oraz wytycznych dotyczących zasad postępowania wewnątrz organizacji w sytuacji kryzysowej



Potrzeba:
podtrzymanie
widoczności
medialnej spółki
w obliczu dominacji
tematów
epidemiologicznych

Media relations w kryzysie



Rozwiązanie: prowadzenie działań media relations adekwatnych do bieżącej sytuacji

- **mini-media plan**
ocena potencjału lokowania ekspertów w mediach w kontekście aktualnej sytuacji + mini-plan działań medialnych
- **komentarze branżowe**
wypowiedzi ekspertów spółki nt. wpływu sytuacji bieżącej na branżę, w mediach biznesowych i branżowych
- **odpowiedzi na zapytania mediów**
dotyczące stanowiska firmy w sprawie bieżącej sytuacji
- **monitoring mediów i social mediów**
kompleksowe przygotowanie merytoryczne i techniczne



Potrzeba:
podtrzymanie
widoczności
medialnej spółki w
obliczu konieczności
rezygnacji ze spotkań
bezpośrednich

Media relations w kryzysie

- **konferencje i briefingi prasowe online**
wypowiedzi ekspertów spółki nt. wpływu sytuacji bieżącej na branżę, w mediach biznesowych i branżowych



Potrzeba:

zabezpieczenie wizerunkowe w obliczu kryzysu biznesowego spowodowanego sytuacją epidemiologiczną w kraju



Rozwiązanie: przygotowanie pakietu działań

mini-manual kryzysowy

- szybka diagnoza potencjalnego wpływu sytuacji na biznes i możliwych konsekwencji wizerunkowych + propozycje reakcji

komunikaty dla mediów

redakcja komunikatów do mediów, do wykorzystania w przypadku zaistnienia kryzysu

webinar kryzysowy

szkolenie online dla przedstawicieli firmy odpowiedzialnych za komunikację z mediami

wsparcie kryzysowe 24h/d

doradztwo i wsparcie działań w trakcie kryzysu, w tym wzmożony monitoring mediów, koordynacja kontaktów z mediami, opracowywanie przekazów

* propozycja rozwiązań możliwa do przełożenia również na komunikację z grupami B2B i B2C



Potrzeba:

absencje w zespole komunikacji i marketingu + większa liczba zadań w związku z zaistniałą sytuacją

„Dodatkowe ręce do pracy”



Rozwiązanie:

- konsultant Komunikacji Plus jako wspierający członek zespołu komunikacji i/lub marketingu – wsparcie działań wewnętrznych w ramach rozliczenia godzinowego w codziennej pracy