

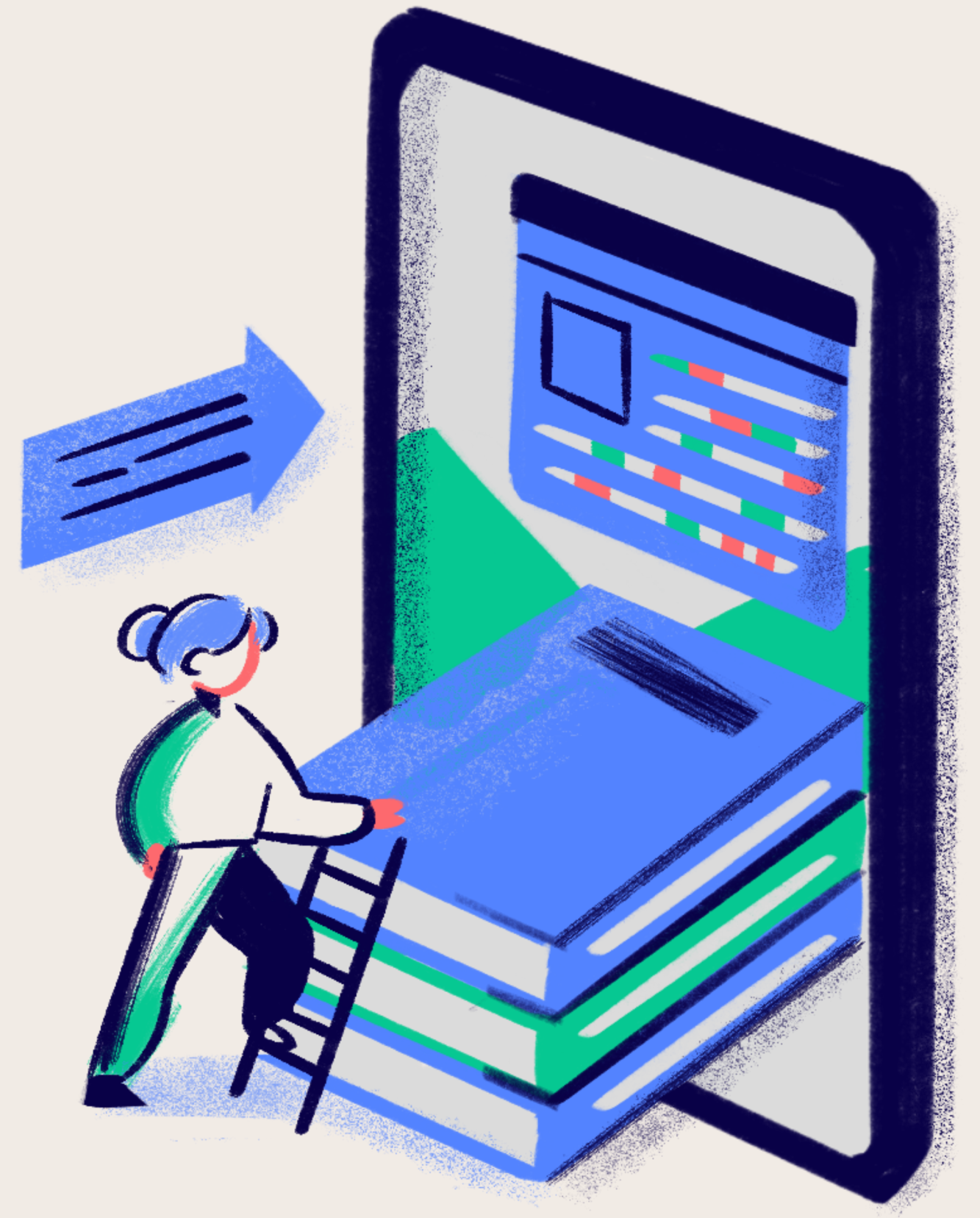
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΤΜΗΜΑ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΕΠΟΧΗ:

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ

Διδάσκων:

Κοσμάς Παναγιωτίδης



ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Η κρίση είναι μια μη σύνηθης, απροσδόκητη και ξαφνική κατάσταση που δημιουργεί αβεβαιότητες, απειλεί τους πρωταρχικούς στόχους που έχει θέσει ο οργανισμός, μπορεί να προκαλέσει οικονομικές απώλειες και να διαβρώσει την εταιρική φήμη. Οι κρίσεις δεν μπορούν να επιλυθούν με διαδικασίες ρουτίνας, και πολλές φορές οδηγούν σε αρνητική δημοσιότητα, η οποία μπορεί να βλάψει την εταιρική εικόνα και τους stakeholders - φυσικά, οικονομικά ή συναισθηματικά (Kim, Kim, Reid, 2017).

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Από τους πολλούς ορισμούς για την κρίση κρατάμε εκείνον του Coombs (2015) βάση του οποίου «η κρίση είναι ένα απρόβλεπτο γεγονός που απειλεί σημαντικά τις προσδοκίες των stakeholders και μπορεί να επηρεάσει σοβαρά τις επιδόσεις ενός οργανισμού δημιουργώντας αρνητικά αποτελέσματα»

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Πρακτικά η κρίση είναι μια οποιαδήποτε προειδοποιητική κατάσταση που διατρέχει τον κίνδυνο:

1. Κλιμάκωσης της έντασης
2. Εξονυχιστικής έρευνας ή παρακολούθησης από την κυβέρνηση ή τα ΜΜΕ
3. Παρέμβαση στην κανονική λειτουργία της επιχείρησης
4. Διακινδύνευσης της θετικής εικόνας που επί του παρόντος απολαμβάνει η εταιρία
5. Καταστροφής της εταιρίας.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Οι περιπτώσεις κρίσης δηλητηρίασης από το φάρμακο Tylenol το 1982, την καταστροφή του Τσερνομπίλ το 1986, στην Ευρώπη, αλλά και πιο πρόσφατα η εγχώρια διαχείριση της πανδημίας του κορονοϊού, διδάσκουν ότι η κρίση σε μια επιχείρηση μπορεί να εμφανιστεί με ή χωρίς προειδοποίηση σε ανύποπτο τόπο και χρόνο. Επιπρόσθετα, καμία επιχείρηση ανεξαρτήτως μεγέθους και μορφής δεν αποκλείεται να πληγεί από κάποιο τύπο κρίσης.

ΤΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΜΕΡΗ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Τα συστατικά μέρη της κρίσης:

- **Απειλή:** Η εταιρία υφίσταται έμμεση ή άμεση απειλή που σχετίζεται με τους πόρους του οργανισμού και τους ανθρώπους. Η απειλή μπορεί να καλύπτει και το ευρύτερο κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον.
- **Απώλεια ελέγχου :** Η απώλεια ελέγχου της κατάστασης είναι η πιο ακραία εκδοχή μιας κρίσης.
- **Έμμεσες & Άμεσες Συνέπειες:** Η εκδήλωση μιας κρίσης έχει άμεσες και έμμεσες συνέπειες για έναν οργανισμό χωρίς αυτό να σημαίνει ότι είναι κατ' ανάγκη 7 δυσμενείς. Η κρίση μπορεί να γίνει μια ευκαιρία με θετικές συνέπειες που θα οφείλονται στον άρτια διαχείριση της. (Παπαγεωργίου, κ.α. 2005)

ΤΥΠΟΙ ΚΡΙΣΕΩΝ

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Ο τύπος κρίσης είναι ένα πλαίσιο που χρησιμοποιείται για να καθοδηγεί τις ερμηνείες της εκάστοτε κατάστασης. Οι άνθρωποι μπορούν να επικεντρωθούν σε διαφορετικά στοιχεία σε μια κρίση, ωστόσο ένα πλαίσιο κρίσης δίνει έμφαση σε εκείνα τα στοιχεία που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά την αξιολόγηση της κατάστασης (Coombs, 2017).

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



- **Φυσική καταστροφή:** Πράξεις της φύσης που προκαλούν ζημιές σε έναν οργανισμό, όπως ένας σεισμός. Κάποιο περιβαλλοντικό καιρικό φαινόμενο που επηρεάζει τον οργανισμό.
- **Φήμες:** Πρόκειται για ψευδείς και επιζήμιες πληροφορίες για έναν οργανισμό.
- **Βία στο χώρο εργασίας:** Τρέχων ή πρώην εργαζόμενος επιτίθεται σε σημερινούς εργαζόμενους στο χώρο εργασίας. Ένας εργαζόμενος ή πρώην εργαζόμενος τραυματίζει ή επιχειρεί να τραυματίσει νυν εργαζόμενους.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



- **Παραποίηση προϊόντος/κακή βούληση:** Εξωτερικός παράγοντας προκαλεί ζημιά σε έναν οργανισμό. Κάποιος φορέας εκτός του οργανισμού έχει τροποποιήσει το προϊόν ώστε να το καταστήσει επικίνδυνο.
- **Ατυχήματα από τεχνικό σφάλμα:** Μια τεχνολογική αστοχία ή μια αστοχία του εξοπλισμού προκαλεί ένα εργατικό ατύχημα. Η αιτία του ατυχήματος σχετίζεται με τον εξοπλισμό/την τεχνολογία.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



- **Ατυχήματα από ανθρώπινο λάθος:** Κάποιο εργατικό ατύχημα που προκαλείται από ανθρώπινο λάθος. Η αιτία του ατυχήματος συσχετίζεται με ένα ή περισσότερα άτομα, που δεν εκτελούν σωστά την εργασία τους.
- **Ανάκληση λόγω ανθρώπινου λάθους:** Το ανθρώπινο λάθος προκαλεί την ανάκληση ενός προϊόντος. Ένα προϊόν θεωρείται επιβλαβές. Η αιτία της ανάκλησης είναι ένα άτομο ή άτομα που δεν εκτελούν σωστά την εργασία τους.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



- **Ανάκληση λόγω τεχνικού σφάλματος:** Μια τεχνική αστοχία προκαλεί την ανάκληση ενός προϊόντος. Ένα προϊόν θεωρείται επιβλαβές για τους ενδιαφερόμενους. Η αιτία της ανάκλησης σχετίζεται με τον εξοπλισμό.
- **Οργανωτικό παράπτωμα:** Νόμοι ή κανονισμοί παραβιάζονται από τη διοίκηση ή οι stakeholders τίθενται σε κίνδυνο από τη διοίκηση. Τα μέλη της διοίκησης παραβιάζουν εν γνώσει τους νόμους/κανονισμούς.

ΑΙΤΙΑ ΚΡΙΣΕΩΝ

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Μια επιχείρηση είναι δυνατόν να πληγεί από μια κρίση εξαιτίας πολλών γενεσιουργών αιτιών. Ως πιο χαρακτηριστικά αναφέρονται τα ακόλουθα

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



- **Οικονομικά αίτια:** Κακά οικονομικά αποτελέσματα, Υπερβολικός δανεισμός, Κλοπές και καταχρήσεις, σπατάλες, Λανθασμένες τιμολογιακές πολιτικές και πολιτικές μισθών.
- **Οργανωτικά αίτια:** Υπεράριθμό προσωπικό, κακή στελέχωση ή δομή, μειωμένα μέτρα υγιεινής και ασφάλειας, κακή οργάνωση παραγωγής.
- **Διοικητικά Αίτια:** Θάνατος ή αποχώρηση σημαντικών στελεχών.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



- **Εμπορικά αίτια:** Μείωση πελατολογίου, υπερβολική και αιφνίδια αύξηση τιμών, κακής ποιότητας ή επικίνδυνα προϊόντα, ανεπαρκείς λειτουργίες διανομής ή μάρκετινγκ
- **Ανταγωνιστικά αίτια:** Δυσφημίσεις, βιομηχανική κατασκοπία, προσπάθειες εξαγοράς, συγχώνευσης.
- **Νομικά αίτια:** Νομικές ασφαλιστικές, εργατικές, φορολογικές παραβάσεις, συγκρούσεις με την τοπική κοινωνία.
- **Αίτια ανωτέρας βίας:** Φυσικές καταστροφές, τεχνολογικές καταστροφές, τρομοκρατικές ενέργειες, μόλυνση ή καταστροφή του περιβάλλοντος από υπαιτιότητα της επιχείρησης

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Η διαχείριση κρίσεων είναι ένα μοντέλο δράσεων προκειμένου να απαλλαγεί η επιχείρηση από ασυνήθιστες καταστάσεις που εμφανίζονται ξαφνικά, διαταράσσουν την καθημερινή λειτουργία, αυξάνουν το άγχος και τις συγκρούσεις, καθιστώντας έτσι δύσκολη τη διαδικασία λήψης αποφάσεων. (Fahid, 2020).

Περιλαμβάνει ενέργειες αξιολόγησης προειδοποιητικών σημαδιών προκειμένου να προληφθεί η εκδήλωση κάποιας κρίσης καθώς και τον σχεδιασμό δράσεων αντιμετώπισης και ανάκαμψης με τις λιγότερες κατά το δυνατόν απώλειες. (Civelek, 2016).

ΣΤΑΔΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΡΙΣΕΩΝ

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Το πρώτο στάδιο:

Ο εντοπισμός των προειδοποιητικών σημάτων, καθώς υποδεικνύουν το στάδιο πριν από την έναρξη της κρίσης. Είναι η ικανότητα του οργανισμού να ανταποκρίνεται σε προειδοποιητικά σήματα που μπορεί να προκαλέσουν την κρίση. Αυτές περιλαμβάνουν τη λήψη προληπτικών μέτρων που θα μπορούσαν να αποτρέψουν την εκδήλωση της κρίσης ή τουλάχιστον να μετριάσουν τη σοβαρότητα και τις επιπτώσεις της.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Το δεύτερο στάδιο:

Η ετοιμότητα και η πρόληψη, είναι η ικανότητα του οργανισμού να προετοιμάζεται για την αντιμετώπιση μιας κρίσης, ή να διαθέτει επαρκείς μεθόδους για την πρόληψη ή την αντιμετώπιση μιας κρίσης. Τα σενάρια αναπτύσσονται για την πρόβλεψη, με βάση προειδοποιητικά σήματα. Ο στόχος είναι να προσπαθήσουμε να ελαχιστοποιήσουμε τις επιπτώσεις και τις ζημιές, ενώ ο οργανισμός συνεχίζει να καταβάλλει τις απαραίτητες προσπάθειες για την πρόληψή της κρίσης.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Το τρίτο στάδιο:

Περιλαμβάνει τις ενέργειες για τον περιορισμό της κρίσης (περιορισμό των ζημιών), που είναι το στάδιο κορύφωσης της κρίσης. Σε αυτό το στάδιο, τα σχέδια που έχουν καταρτιστεί για την αντιμετώπιση της κρίσης υλοποιούνται, ενώ παράλληλα χρησιμοποιούνται τα δυνατά μέσα για τον μετριασμό των ζημιών που προέκυψαν από την εμφάνιση της κρίσης.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Το τέταρτο στάδιο:

Έχει να κάνει με την αποκατάσταση της δραστηριότητας. Είναι το στάδιο κατά το οποίο τα κατάλληλα μέτρα λαμβάνονται για την εκ νέου προσαρμογή από τις ζημιές που προέκυψαν από την κρίση που σημειώθηκε, σε οργανωτικό, ψυχολογικό, συμπεριφορικό ή ακόμη και οικονομικό επίπεδο. Δηλαδή, πρόκειται για μια προσπάθεια ανάκτησης της αξίας των υλικών και άυλων πόρων σε έναν οργανισμό που έχει χάσει μέρος της αξίας του. Επιπλέον ιδιαίτερης σημασίας είναι η ύπαρξη ενός συστήματος επικοινωνίας εντός του οργανισμού που συνδράμει τους υπεύθυνους λήψης αποφάσεων προκειμένου να λαμβάνουν τις απαραίτητες πληροφορίες εγκαίρως.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Το πέμπτο στάδιο:

Έχει να κάνει με τη εκπαίδευση, το στάδιο δηλαδή της καταγραφής των ηθικών διδαγμάτων, την ωφέλεια από την εμπειρία της αντιμετώπισης μιας προηγούμενης κρίσης, τη διαμόρφωση εμπειριών ικανών να αποτρέψουν επερχόμενες κρίσεις, την πρόληψη της επανάληψής τους, την επίγνωση των αδύνατων σημείων, τη βελτίωση και την αποφυγή τους . (Bundy et al. 2017)

ΟΜΑΔΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΡΙΣΕΩΝ

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Η ομάδα διαχείρισης κρίσεων θα πρέπει να είναι μια μικρή δυναμική ομάδα ούτως ώστε να είναι εύκολή η επικοινωνία και να επικεντρώνεται σε συγκεκριμένα πρακτικά ζητήματα. Η σύσταση της δεν είναι σταθερή. Οι παράγοντες που την καθορίζουν είναι

- το μέγεθος της εταιρίας,
- η δραστηριοποίηση της εταιρίας στην εγχώρια αγορά,
- ο τρόπος διοίκησης της,
- και το αν απευθύνεται σε ένα μεγάλο αριθμό καταναλωτών.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Σύνθεση Ομάδας Διαχείρισης Κρίσεων:

- Δικηγόρος
- Συντονιστής Δημοσίων σχέσεων
- Ειδικός σε τεχνικά θέματα
- Χρήματο-οικονομικός υπεύθυνος
- Μάνατζερ τηλεπικοινωνιών
- CEO ή αντιπρόσωπος

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Δραστηριότητες Ομάδας Διαχείρισης Κρίσεων:

- Πρόβλεψη και σχεδιασμός (πολιτικές διαχείρισης κρίσεων)
- Εφαρμογή και υλοποίηση
- Αξιολόγηση και αποτίμηση
- Ανακεφαλαίωση

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Όλα συμβαίνουν ταυτόχρονα – το περιστατικό – η συλλογή πληροφοριών η κάλυψη από τα ΜΜΕ και η κοινωνική κατακραυγή, τρεις αριθμοί λειτουργούν ως στόχοι σε μια κρίση 60-3-1.

- Σε 60 λεπτά πρέπει να έχει επικοινωνηθεί τι είναι γνωστό και τα μέτρα αντιμετώπισης
- Μέσα σε 3 ώρες θα πρέπει να συνταχθεί ομάδα διαχείρισης επικοινωνίας
- Με το τέλος της 1ης ημέρας θα πρέπει να υπάρχει έτοιμο ένα βασικό σχέδιο επικοινωνίας.

SOCIAL MEDIA ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



**Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν τη δυνατότητα να
επιφέρουν ευεργετικές αλλαγές στο πεδίο των
επικοινωνιακών κρίσεων.**

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Λόγοι αξιοποίησης των social media για την αντιμετώπιση κρίσεων:

- **Στρατηγική:** Η ενσωμάτωση των social media στο σχέδιο δράσης αντιμετώπισης μια κρίσης διασφαλίζει μια ολοκληρωμένη στρατηγική διαχείρισης.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Λόγοι αξιοποίησης των social media για την αντιμετώπιση κρίσεων:

- **Ακρόαση των ανησυχιών:** Η παρακολούθηση των ζητημάτων μέσω των social media και η παροχή των αναφορών στην ομάδα διαχείρισης κρίσεων μπορεί να αυξήσει την πιθανότητα να αντιμετωπιστεί μια κρίση νωρίτερα.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Λόγοι αξιοποίησης των social media για την αντιμετώπιση κρίσεων:

- **Παρακολούθηση καθημερινών δραστηριοτήτων επικοινωνίας:** Τα άτομα μπορεί να έχουν πληροφορίες που είναι ζωτικής σημασίας για τον μετριασμό της κρίσης, αλλά αν δεν εμπιστεύονται τον οργανισμό ή δεν γνωρίζουν καν πού να τις βρουν, οι πληροφορίες αυτές είναι πιθανό να μην κοινοποιηθούν. Δεν συνίσταται η έναρξη της εμπλοκής με τα social media εν μέσω μιας κρίσης. Η δημιουργία εταιρικών σχέσεων η οικοδόμηση εμπιστοσύνης με το κοινό πρέπει να έχει ξεκινήσει νωρίτερα.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Λόγοι αξιοποίησης των social media για την αντιμετώπιση κρίσεων:

- **Συμμετοχή των εταιρειών στις δημόσιες συζητήσεις ακόμα και αν αυτές αφορούν τη φήμη της εταιρίας και καθορίζουν τα κανάλια προσέγγισης του κοινού :** Δεν αρκεί το εταιρικό προφίλ σε έναν ιστότοπο κοινωνικής δικτύωσης. Η αλληλεπίδραση είναι απαραίτητη για την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης και την καθιέρωση του οργανισμού ως αξιόπιστη πηγή. Η ανταπόκριση στις αναρτήσεις δείχνει ότι ο οργανισμός ενδιαφέρεται για τη γνώμη των stakeholders. Η προσέγγιση συγκεκριμένων ομάδων κοινού με ένα βασικό μήνυμα αποτελεί το θεμέλιο της στοχευμένης επικοινωνίας. Ωστόσο, στην επικοινωνία σε περιόδους κρίσης, οι αρμόδιοι καταφεύγουν συχνά στην τυπική εκδοχή μέσω των μέσων μαζικής ενημέρωσης για να φτάσουν σε όλους ταυτόχρονα.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Λόγοι αξιοποίησης των social media για την αντιμετώπιση κρίσεων:

- **Έλεγχος δημοσιευμένων πληροφοριών:** Οι ανακριβείς πληροφορίες που μοιράζονται και αναδημοσιεύονται δεν κάνουν μόνο τον οργανισμό να φαίνεται κακός, αλλά και τον χρήστη. Είναι ευκολότερο να παρακαμφθεί μια ανάρτηση, παρά να αγνοηθεί μια αιχμηρή ερώτηση από τα μέσα ενημέρωσης, ωστόσο το κοινό, όπως και τα μέσα ενημέρωσης, θα στραφούν σε άλλες πηγές εάν ο οργανισμός κωφεύει σε βασικά ζητήματα. Αν δεν είναι γνωστή η απάντηση, είναι προτιμότερο να επικοινωνηθεί η αβεβαιότητα της κατάστασης και να δοθεί ένα πλάνο ενεργειών για την εύρεση της απάντησης παρά να δοθεί λάθος απάντηση ή ακόμα χειρότερα να μην απαντηθεί καθόλου.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Λόγοι αξιοποίησης των social media για την αντιμετώπιση κρίσεων:

- **Οικοδόμησης εμπιστοσύνης και διαμοιρασμός μηνυμάτων με αξιόπιστες πηγές:** Η συνεργασία με αξιόπιστες και υποστηρικτικές πηγές μπορεί όχι μόνο να εξωραΐσει την αξιοπιστία του οργανισμού, αλλά και να αυξήσει την εμβέλειά του.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Λόγοι αξιοποίησης των social media για την αντιμετώπιση κρίσεων:

- **Προσέλκυση των ΜΜΕ:** Μια μεγάλη κρίση θα αποτελέσει θέμα συζήτησης στα παραδοσιακά ΜΜΕ. Εάν ο οργανισμός δεν ασχοληθεί, τα ΜΜΕ θα στραφούν στα social media για να βρουν πληροφορίες και να σχολιάσουν την κρίση. Η μη συμμετοχή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να έχει το ίδιο αποτέλεσμα με το να μην απαντηθεί η κλήση ενός δημοσιογράφου.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Λόγοι αξιοποίησης των social media για την αντιμετώπιση κρίσεων:

- **Εδραίωση διαπροσωπικής επικοινωνίας:** Τα social media επιτρέπουν την ανθρώπινη αλληλεπίδραση και τη συναισθηματική υποστήριξη (González-Herrero, et al. 2008). Η ενσωμάτωση και η ανταπόκριση στις συναισθηματικές εκκλήσεις είναι ιδανικές για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά οι οργανισμοί πρέπει να είναι έτοιμοι να προχωρήσουν σε αυτή την ανταλλαγή μηνυμάτων ανά πάσα στιγμή.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Λόγοι αξιοποίησης των social media για την αντιμετώπιση κρίσεων:

- **Έκκληση βοήθειας & κατευθύνσεις:** Το κοινό αντιλαμβάνεται τα δεδομένα της κρίσης όταν έχει σαφείς πληροφορίες και απαντήσεις. Ως εταίρος στην αντιμετώπιση της κρίσης, το κοινό μπορεί επίσης και να παράσχει ουσιαστικές πληροφορίες. Παρέχοντας αυτές τις πληροφορίες, οι χρήστες των social media αναλαμβάνουν δράση. Όταν ένας οργανισμός ζητά χρήσιμες πληροφορίες μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, αυτό βοηθά τόσο τον οργανισμό όσο και τα ενδιαφερόμενα μέρη που ανταποκρίνονται στη διαχείριση της κρίσης.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΡΙΣΕΩΝ



Η δύναμη της επικοινωνίας παραμένει στον οργανισμό που επικοινωνεί, στις συμπεριφορές του και στο αφηγηματικό του περιεχόμενο και όχι στην τεχνολογία.

"Η πραγματική αξία οποιασδήποτε επικοινωνίας - συμπεριλαμβανομένων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης - παραμένει

- η ποιότητα του περιεχομένου που διαδίδεται γύρω από τις δράσεις που αναλαμβάνει ένα εμπορικό σήμα ή μια εταιρεία,**
- η ενσυναίσθηση που επιδεικνύεται για τους stakeholders**
- και η καταλληλότητα μαζί με τη συνάφεια του πλαισίου και της προοπτικής που παρέχεται."**

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΤΜΗΜΑ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

THANK YOU!



Διδάσκων: Κοσμάς Παναγιωτίδης



kosmapanagio@gmail.com

