

Krisen-PR

Eine Flut von Medienanfragen, überraschte, entsetzte oder gar geschockte Mitarbeiter, die Unternehmensführung in Aufruhr. Der Krisenfall ist da! Nun steht die Glaubwürdigkeit des Unternehmens, seiner Manager und der Marke mit ihren Kernwerten auf dem Spiel. Eine heikle Situation, die operativ und kommunikativ bewältigt werden muss. Die Zuständigkeit und das Vertrauen in das unternehmerische Handeln werden infrage gestellt. Da ist entscheidend, schnell zum Mitgestalter des Geschehens zu werden, aus der bloßen Reaktion auf die Krisensituation so schnell wie möglich herauszufinden. In dieser Schulung lernen Sie unter Anleitung eines erfahrenen Praktikers und Trainers, wie Sie sich auf Stunde X vorbereiten und wie Sie im Fall der Fälle zielgerichtet agieren.

Was lernen Sie?

Ruhe vor dem Sturm

- Was macht Krisen aus?
- Auslöser und Aufhänger, Verarbeitung
- Sensoren und Stimmungen / Krisenprävention
- Krisenradar und Themenmanagement
- Risikoabschätzung
- Antizipative Strategien
- Pläne und Handbücher für Krisenszenarien

Die akute Krisenphase

- D-Day – wie rasch sind Sie handlungsfähig?
- Wie werden wir wahrgenommen? Die ersten Stunden entscheiden
- Senden unter Druck! Inhalte der Krisen-PR in der akuten Phase
- Der "Industrie-Irrtum", eine öffentliche Sachdiskussion zu führen
- Was Medien wirklich wollen! Verantwortliche zwischen Botschaft, Quote und Unterhaltungswert.
- Notfallstatement, Erstmeldung oder wegducken? – Senden oder schweigen?

Nach der Krise ist vor der Krise:

- Stärken und Schwächen und Struktur und Verantwortlichkeiten? Alarm-, Melde- und Kommunikationswege?
- Evaluation von Krisen-PR. Was taugten Botschaften und Handbücher?
- Wie reagierten Sie auf kommunikatives Störfeuer? Sind Ihre Schutzschilde intakt?

An wen richtet sich dieses Angebot?

Die Schulung ist geeignet für Mitglieder der Unternehmens- und Geschäftsleitung, Pressesprecher und Kommunikationschefs sowie Mitarbeiter in Presse- und PR-Stäben von Unternehmen, Verbänden, Institutionen und Agenturen.

Sie haben Fragen?

Wenden Sie sich an das scm-Team:

Madlen Brückner

madlen.brueckner@scmonline.de

Fon: +49 (0)30 47989789

Fax: +49 (0)30 47989800

Wie wird gelehrt?

Teilnehmererfahrungen und praktische Themen aus dem Teilnehmerumfeld stehen bei der Gruppenarbeit im Vordergrund. Basis des Workshops bilden praxisbezogene Einführungsreferate.

Außerdem:

- Aus der Praxis für die Praxis - Fallstudien
- Ad hoc Monolog: „Rede und ich sage Dir, wo Du stehst!“ (Prozess-Kommunikation vs. Ergebnis-Kommunikation in Krisen)
- Tisch-Diskurs (Lerndialog) spontan und mit Aufgabeverlauf
- „Chamäleon-Strategie“. Erkenne meine (wechselnde) Farbe und ich sage Dir, wer Du bist.
- Aug in Aug – Interviews, Gruppenarbeit, Rollentausch

Der Erfolg eines innerbetrieblichen Kurses hängt zu einem großen Teil von der gemeinsamen Definition der Inhalte und Ziele vor der Schulung ab. Wir beraten Sie gern und erstellen anhand Ihrer Angaben ein ausführliches schriftliches Angebot.

Sie haben Fragen?

Wenden Sie sich an das scm-Team:

Madlen Brückner

madlen.brueckner@scmonline.de

Fon: +49 (0)30 47989789

Fax: +49 (0)30 47989800