



Konferencja w ramach Targów Event 2010

Data: 9 października 2010

Autor: Paweł Sporoniuk/Bogdan Markiewicz, Neuron

Temat: Kontakty z mediami w sytuacjach awaryjnych i kryzysowych

Zaprezentowane treści w niniejszej prezentacji stanowią własność Autora i zostały przekazane Stowarzyszeniu Branży Eventowej w celach informacyjnych. Korzystanie z tej prezentacji, publikowanie, kopiowanie całości lub części czy jakiegokolwiek inne nią rozporządzenie poza celami innymi niż prywatne może odbywać się wyłącznie po uzyskaniu na to zezwolenia Autora lub Stowarzyszenia Branży Eventowej.

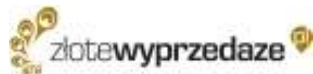


NEURON AGENCJA PUBLIC RELATIONS
KONTAKTY Z MEDIAMI W SYTUACJACH AWARYJNYCH I KRYZYSOWYCH

Targi Technologii i Usług dla Koncertów, Eventów i Kongresów



Październik 2010



- *Dlaczego warto się przygotować?*
- *Jak zmniejszyć ograniczyć straty i poziom stresu?*

Jak to osiągniemy?

- *Trzy case studies*
- *Wnioski i praktyczne porady*

~~Kryzys~~



- Sytuacja medialna



W Łodzi grasuje kotojeleń

- Każdy dzień „dziennikarstwo”

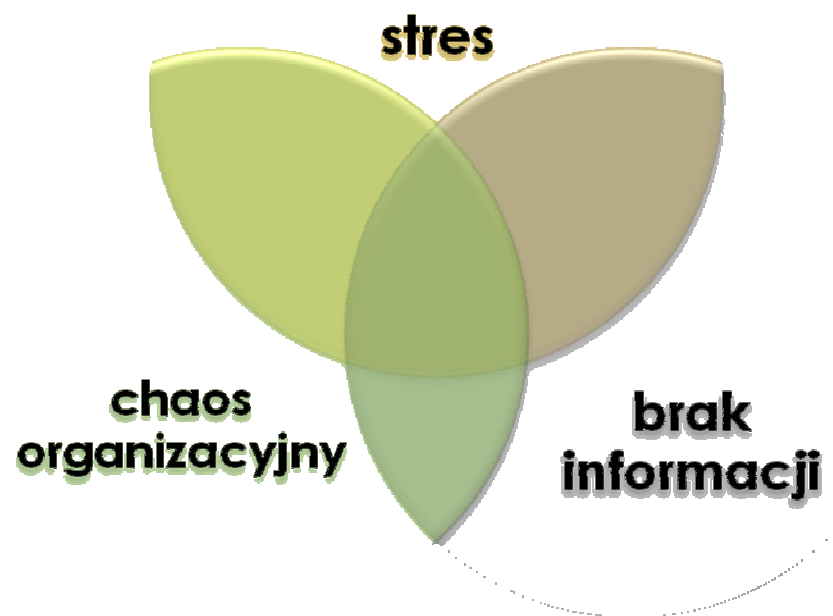
Tego niedzielnego spaceru mieszkaniec Teofilowa (dzielnica Łodzi) nie zapomni do końca życia. Jak co wieczór, pan Marcin Napieralczyk (30 l) wyszedł na spacer ze swoim kundelkiem Szarikiem. Wybrali swoją ulubioną trasę przez Park Piłsudskiego. Nagle pupil pana Marcina zaczął donośnie szczekać a w krzakach coś się poruszyło. - Nigdy czegoś takiego nie widziałem! Na początku myślałem, że to Jeleń ale to co zobaczyłem zupełnie mnie zaszokowało - łodzianin do tej pory nie potrafi ukryć emocji. Według pana Marcina stwór, który grasował w Parku Piłsudskiego to ogromny kot z porożem jelenia! - Stałem jak zahipnotyzowany. Powiniennem być uciekać ale nie byłem w stanie. To był fascynujący widok. Czuję, że prędzej czy później znowu go spotkam...
TM

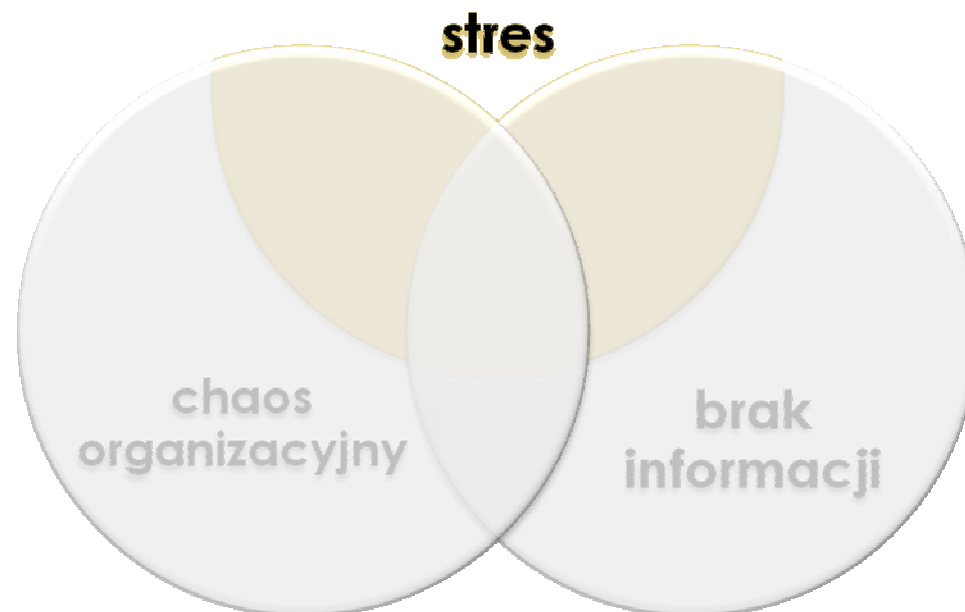
Szarik pierwszy wyczuł ukrytego w krzakach stwora



- Gwarancja mediów i incydent







Kryzys wystąpi – to kwestia czasu

1. *Pomyśl co może się stać*
2. *Pomyśl co może Ci być potrzebne*
3. *Działaj przed eventem*

- *Obawa przed paraliżem systemów IT i telekomunikacyjnych*
- *Potrzeba zabezpieczenia podstawowych form łączności*

- *Sztab kryzysowy – 160 osób*
- *Monitoring mediów światowych*
- *Awaryjne systemy: zasilania w energię elektryczną, IT, łączności,*
- *Procedury raportowania*
- *Specjalne miejsce na konferencję prasową*
- *Stały kontakt z dziennikarzami*

Y  2K
Countdown to Chaos

- *Koncert urodzinowy operatora*
- *5 Gwiazd na 5-lecie, w tym Lionel Richie*
- *Event dla 5000 VIP + koncert dla ponad 500 000 osób*
- *4 dni przed koncertem atak na WTC*



- *Sztab kryzysowy: Zarząd firmy, PR, agencja eventowa*
- *Rekomendacje: odwołać lub zmienić repertuar i charakter imprezy*
- *Komunikacja via media – briefing, komunikaty*
- *Zaplanowanie aktywności na miejscu koncertu*
- *Organizacja wypowiedzi artysty dla polskich mediów*

- Piknik „Ero
- Wichura n
próby prz



Holding statement

Zarząd Firmy wyraża głębokie ubolewanie z powodu zajścia w trakcie (*wydarzenie*).

Zapewniamy, że całkowicie zdajemy sobie sprawę z powagi sytuacji. Podjęliśmy już stosowne działania mające na celu jej wyjaśnienie. Pragniemy podkreślić, że przede wszystkim mamy na względzie dobro (*poszkodowanych, uczestników*). Nasze działania są skierowane na to, by je zapewnić.

Będziemy Państwa na bieżąco informować o kolejnych wydarzeniach oraz postępach w wyjaśnianiu sprawy.

Wszelkie pytania prosimy kierować do (*imię, nazwisko, nr telefonu komórkowego*).

owe powiadomienie
Warszawie

e procedury kryzysowej

a mediów

zja o nowym terminie

arty dla mediów o
aż do czasu
szpitali

Przed eventem:

1. *Stwórz listę sytuacji awaryjnych*
2. *Przygotuj holding statement*
3. *Stwórz listy: kontaktowe i mediów*
4. *Oznacz przedstawicieli mediów*
5. *Zapewnij łączność*
6. *Wyznacz strefy dla mediów*
7. *Przygotuj kopie wszelkich potrzebnych dokumentów*

W kryzysie:

1. *W pierwszej kolejności zajmij się ofiarami*
2. *Nie wskazuj winnych do czasu wyjaśnienia sprawy*
3. *Nie unikaj mediów i NIE KŁAM*
4. *Zorganizuj jedno źródło informacji*
5. *Przejmij inicjatywę i regularnie komunikuj*



Paweł Soproniuk
partner

W branży PR od 8 lat. W Neuronie odpowiada za pozyskiwanie nowych klientów i rozwój biznesu.



Bogdan Markiewicz
account director

W branży PR od 14 lat. Specjalizuje się w kontaktach z mediami, zarządzaniu komunikacją kryzysową oraz strategiach komunikacyjnych.



KONTAKT: 22 848 46 12 | 602 110 274

www.neuron.pl