



Könyáné Tömpe Livia

## A válságkommunikáció feladatai



A követelménymodul megnevezése:

Ügyintézői feladatok a sajtókapcsolat, a rendezvényszervezés, a vállalati arculat-kialakítás és a reklámkampány-szervezés területén

A követelménymodul száma: 0063-06 A tartalomlelem azonosító száma és célcsoportja: SzT-004-50



MUNKKANYAG

## A VÁLSÁGKOMMUNIKÁCIÓ CÉLJA, TARTALOM ÉS ESZKÖZRENDSZERE

### ESETFELVETÉS–MUNKAHELYZET

A jól működő vállalkozások esetében is bekövetkezhetnek olyan események, amelyek az adott helyzetben a szokásostól eltérő problémákat vetnek fel, válsághelyzetet okozhatnak. Előállhatnak működési zavarok az emberi kapcsolatokban az érdekkülönbségek miatt, pl.: sztrájkolhatnak a dolgozók, elemi kár sújthatja a vállalatot pl.: tűz üt ki, vagy begyűrűzhetnek külső gazdasági hatások is pl.: elbocsátások a csökkenő megrendelések miatt, de akár természeti katasztrófa is okozhat egy vállalkozás életében krízishelyzetet.

**Gyűjtsön még példákat válsághelyzetre! Az alábbi bekeretezett helyre írjon fel legalább öt tényezőt! Majd oktatójuk segítségével egészítsék ki a listát!**

---

---

---

---

---

**A válsághelyzet észlelésekor milyen kommunikációs feladatokat kell megoldani a vállalkozás vezetőinek, illetve az őt segítő munkatársaknak? Oktatójuk segítségével tartsanak ötletvihart, majd az Önök által összegyűjtött feladatokat rögzítse az alábbi bekeretezett helyre!**

---

---

---

---

---

## SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

A válság az egyén, csoport vagy a társadalom életében jelentkező súlyos zavar, nehéz helyzet, amely lehet pozitív és negatív kimenetelű is.

A válsághelyzet olyan szituáció, amikor a katasztrófa bekövetkezteknek 50%-nál nagyobb a valószínűsége.

A krízis a válság döntő fordulata, amikor még a súlyos események elkerülhetők.

A válság súlyosságát a közvélemény informáltságának függvényében ítéli meg. Az információk hitelességét a hírforrás presztízse erősítheti vagy gyengítheti.

A *válságkommunikáció* a válságok megelőzésére, a bekövetkező negatív hatások mérséklésére, a normális működési állapot mielőbbi visszaállításának elősegítésére és az imázs védelmére irányul.

A válsághelyzetbe került vállalat abban érdekelt, hogy mielőbb korrekt, felelősségteljes információval lássa el a sajtót és saját közvéleménycsoportjait. Ez a feladat az imázsépítés szempontjából nélkülözhetetlen. Egyetlen vállalkozás sem teheti meg, hogy róla előnytelen kép alakuljon ki a közvélemény körében.

**A válságkommunikáció célja, hogy csökkentse a válságról kialakult képzetek és a valós helyzet közötti különbséget.**

**A válságkommunikáció feladata<sup>1</sup>**

**A válságkommunikáció alapvető feladata, hogy a működési zavar kommunikációs problémáit gyors, precíz és megbízható információáramlással megoldja.**

Hatékony válságkommunikáció nélkül nem lehet eredményesen kezelni egy válságot, mert a közvéleményt csakis így lehet informálni az valóságról, és új, pozitív képet kialakítani a vállalkozásról.

A válságkommunikáció során a válságstáb a működési zavar leküzdéséért híreket, üzeneteket, információkat, vagyis „kommunikéket” továbbít a megfelelő csatornán keresztül a célközönségnek, amely megéri az abban foglaltakat, és – jó esetben a válságstáb céljainak megfelelően – cselekszik, gondolkodik.

**A válságkommunikáció legfontosabb résztvevői a célközönség és a válságstáb.**

<sup>1</sup> Barlai Róbert–Kóvágó György: Krízismenedzsment, kríziskommunikáció, Századvég Kiadó, Budapest, 2004 alapján

A **célközönség**, a közvélemény meghatározó része. A célközönség az a fél, amelyhez a válságstáb üzenete elérkezik és a kommunikátor befolyásolni akar. Minden válsághelyzetben kiemelt figyelmet kapnak a véleményformálók, illetve az újságírók. Ők értelmezik a kibocsátott üzenetet. Az eredményt a „véleménykövetőknek” továbbítják.

A válságstáb birtokában levő információ a válságkommunikációs eszközök segítségével jut el a célközönséghez. A továbbítás tartalmi részét az üzenet kialakítása, míg formai részét a kommunikációs csatornák szolgálják.

**A válságstábot a vállalat vezetése jelöli ki.** A válságstáb az a csoport, amely a működési zavarok kapcsán a helyzet megismerése után az üzeneteket küldi a célközönség felé.

**A válságstáb tagjai lehetnek:**

- tulajdonos, menedzsment tagja
- személyzeti vezető
- termelési vezető
- az adott terület szakértője
- pénzügyi vezető
- PR szakember
- biztonsági főnök
- egy koordinátor
- szükség külső szakértők pl: ügyvéd, pszichológus, statikus – legyen a mozgósítható szakemberekről egy használható, aktuális címlistánk
- egy dokumentátor (aki dokumentálja a válsághelyzetet, és ügyel arra, hogy minden dokumentum tárolva legyen és könnyű legyen megtalálni, ha szükséges)
- egy médiaszóvivő

A válságkommunikátornak, a médiaszóvivőnek – aki általában **egy** konkrét személy – egyszerre több szempontnak is meg kell felelnie, így például szakértelem, megbízhatóság, jó kommunikációs készség, kiváló diplomáciai érzék, rokonszenv.

Fel kell készíteni a dolgozókat, munkatársakat arra, hogy válság esetén csak az erre kijelölt személy adhat nyilatkozatot. Fel kell hívni a figyelmet arra is, hogy minden felmerülő kérdést a válságstábhoz / PR irodába kell továbbítani.

**A válságstáb és a segítő ügyintézők a válságkommunikációs feladatokat illetve felkészülési munkájukat az alábbi tényezők figyelembe vételével végzik:**

**Helyzetelemzés:**

- A várható veszélyek számbavétele, azok várható lefolyása, időintervalluma
- Külső – média, felettesek, részvényesek stb. – és belső kommunikációs tényezők feltárása – válságstáb, az információáramlás, technikai feltételek.
- Szóvivők kiválasztása, képzése: ők lehetnek az egyedüli kommunikátorok

- Pontos adatbázis kiépítése az együttműködőkről, végrehajtókról – elérhetőségeikkel együtt

#### Célközönség meghatározása:

A 20 % támogatókat és a 60 % semleges hozzáállású közönséget kell meggyőzni. Általában a közvélemény 20 %-a ellenséges a vállalkozással szemben. Őket „csak” figyelemmel kell kísérni, a meggyőzés nagyon nagy erőfeszítésbe kerülne.

#### A konkrét kommunikációs cél meghatározása:

A sikeres válságkommunikáció érdekében is alkalmazhatjuk például a személyes eladás során használt AIDA szabályt!

#### Az üzenet megtervezése:

A bekövetkezett válság esetén a válságkommunikációs üzenetek három kérdés megválaszolását követően fogalmazódnak meg: Mi történt? Mit mondjunk? Hogyan mondjuk?

1. „Mi történt?” – A válságstáb megtudja, hogy mi történt, tehát tisztázza a helyzetet. Itt lehet felmérni a válság súlyosságát, intenzitását és kiterjedését.

Hogy a kérdésre választ kapjunk célszerű megvizsgálni a válság jellemzőit, és típusait a válságkommunikáció szempontjából

##### 1.1. A válság általános jellemzői:

- Az alapvető (kiváltó, indító) ok: az, az esemény (feltétel-változás), amelynek következményeként elindul a válsághoz vezető eseménysorozat, ill. tényezők kialakulása.
- A fenyegetettség megjelenése: a válsághelyzet bekövetkezésének lehetősége.
- Nem kontrollálható helyzetek kialakulása: a szervezet kézben tarthatóságának, ellenőrzött irányíthatóságának, a rendeltetésszerű működtetésének elvesztése. Utólag lehet beavatkozni.
- Koncentrált, azonnali beavatkozás (reagálás) szükségessége: ha ezek az elemek (vagy kettő) jelen vannak, akkor azonnali beavatkozásra van szüksége a szervezetnek.

##### 1.2. A válságok kategorizálásai:

- Tervezési, beruházási, termelési, szolgáltatási, üzleti és szociálpolitikai válság
- Vállalatvezetési hibákból eredőek, rosszindulatból eredőek, konfrontációból eredőek, természeti, technológiai okból eredőek
- Kemény válság (általában visszavonhatatlan személyi, gazdasági, természeti, emberi cselekvésből következő történések, rövid idejűek) és puha válság (lassan, hosszabb időn keresztül alakul ki, nem tartalmaz visszavonhatatlan történést, a szervezet

működéséhez, környezetéhez jobban köthető, könnyebben meghatározható okokra vezethető vissza)

- Kontrollálhatóság és kezelhetőség alapján: könnyen vagy nehezen kezelhető

2. „Mit mondjunk?” – A válságstáb meghatározza, hogy mi az **üzenet tartalma**. Ekkor a stáb az elérni kívánt cél érdekében felhívást intéz a befogadóhoz, mely – aszerint, hogy miképp akar hatni a célközönségre – lehet racionális, morális, emocionális vagy kombinált.

A racionális mondandóval logikus összefüggésben mutatjuk be a megtörtént eseményeket és szólnak az elhárító tevékenységről is. A katasztrófától közvetlenül nem szenvedettekhez szól.

Morális alapokon nyugvó kommunikáció a célközönség humánúrára, erkölcsi meggyőződésére épít.

Az emocionális kommunikáció során a csapást szenvedett személyek érzelmeire összpontosíthatunk. A válságkommunikátor elsősorban a büntudatot, félelmet, szégyenérzetet, illetve a szeretetet, örömet, büszkeséget használja fel arra, hogy az érintett csoportot a tőlük megszokott magatartásra készítse.

#### Az üzenet egy lehetséges vázlata:

- Az esemény elismerése
- A katasztrófa és következményei helyének pontos körülhatárolása
- A csúcsesemény jellege, természete és azonnali hatása
- Milyen konkrét intézkedéseket tettek, illetve tesznek a helyzet javítására, mikorra várható a helyzet javítása, hogy irányítani tudják az eseményeket
- Történt-e halálozás, sérülés, az anyagi kár
- Sajnálát, részvényt nyilvánítás

Nem szabad tenni a médiával való kapcsolattartásban:

- Megkísérelni bárkit is hibáztatni
- Nagy érzelmeket kimutatni (pánikot okozhat)
- A becsült kár-és veszteségértéket kiadni, azok pontosságának beigazolódása nélkül
- Megkísérelni félrevezetni a médiát
- Személyekre vonatkozó információt adni (személyiségi jogok megsértése)
- Bárkivel kapcsolatban találgatni, nem igazolt információt kiadni

#### **Néhány példa-mondat az eset tompítására!**

- „Sajnáljuk a bekövetkezett szerencsétlenséget, a vállalat teljes mértékben együttműködik az illetékes hatóságokkal a baleset okainak kiderítésében”
- „A vállalat igazgatósága belső vizsgálatot rendelt el a bekövetkezett esemény okainak és a felelősöknek kiderítésére, és azonnali intézkedéseket léptetett életbe, hogy elejét vegye a hasonló történéseknek”

- „A piac egyik meghatározó szereplőjeként cégünk zavartalanul, a korábban megszokott színvonalon folytatja tovább működését ügyfeleink további megelégedésére”
- „A vállalat a legmagasabb minőségbiztosítási és -ellenőrzési módszerekkel rendelkezik”
- „Folyamatosan tájékoztatni fogjuk partnereinket, ügyfeleinket és a sajtó képviselőit bármilyen új fejleményről”

### Az üzenetek meghatározása során

- Válasszunk ki maximum 2–3 kulcsüzenetet és ezeket minden fórumon következetesen kommunikáljuk!
- Az illetékes hatóságok (tűzoltóság, mentők, rendőrség, katasztrófavédelem stb.) saját hatáskörben szintén nyilatkozik. Rendszeresen egyeztessünk velük, és hangoljuk össze az információkat!
- Készítsünk időtervet, azaz határozzuk meg az egyes célcsoportok elérésének időzítését

Elsőként a munkatársakat kell tájékoztatni (vezetők, teljes munkatársi kör), mivel ők hiteles információforrásként jelennek meg környezetük felé. Részükre azt is külön meg kell mondani, hogy mit és milyen formában mondhatnak tovább.

A közvetlenül érintett többi célcsoportot szintén közvetlenül mi tájékoztassuk, lehetőség szerint elsőként. Így némileg csökkenthetjük az információtorzulás veszélyét.

Fontos, hogy minden célcsoportot rendszeresen tájékoztassuk a válság stádiumáról.

3. **„Hogyan mondjuk?”** – A válságstáb meghatározza az üzenet formáját, szerkezetét és mértékét. A csatorna a konkrét üzenettől függetlenül létező tájékoztatási lehetőség, illetve egy olyan eszköz, amit a válságstáb igénybe vehet, hogy továbbítsa az üzeneteit.

### Megfelelő csatorna kiválasztása:

A közvélemény – amely több média szolgáltatásait is igénybe veszi –, 60 %-a tv-ből, 44 %-a nyomtatott sajtóból, 31 %-a rádiós műsorokból, 16 %-a egyéb úton is értesül a hírekről. Ehhez célszerű igazítani a kríziskommunikációba bevont média összetételét is.



**A válságkommunikáció kommunikációs csatornái:**

- közvetlen, kétirányú kommunikációs lehetőségek: lakossági fórumok, konferenciák, kiállítások, előadások szervezése
- a vállalkozás médiumokat vehet igénybe: nyomtatott vagy elektronikus sajtó, e-mail, honlap
- Egyéb vizuális, auditív és audiovizuális eszközök: plakát, szórólap, hangosbeszélő, rendezvény stb.

A válságkezelőknek figyelembe kell venni a csatorna kiválasztásánál, hogy az adott célközönség legszélesebb köréhez eljusson az információ.

Célcsoportok	Elérésük módja
Vezetői kör	Szóbeli tájékoztatás
Munkatársak teljes köre	Értekezlet, írásos kommuniké, belső szokásos hírcsatorna pl.: hírlevél
Ügyfelek, partnerek	Email, írásos kommuniké
Lakosság, közvélemény	Sajtó
Hatóságok, ágazati szervek, rendőrség, katasztrófavédelem, tűzoltóság, mentők stb.	Telefon, írásos értesítés - e-mailben rendszeres konzultáció

Az sem mellékes, hogy milyen **tömegkommunikációs funkciót** alkalmazunk, például:

- információk továbbítása: pl.: figyelmeztető vagy óvó funkció alkalmazása (közelgő hóvihár, megelőző oltások H1N1 ellen)
- értelmező funkció: az információk továbbításán alapszik, de véleményt mond, kommentálja az eseményeket az újságíró (hogyan lehetne védekezni a közelgő árvíz ellen)
- társadalmilag elismert értékek, szabályok és normák továbbítása, oly módon, hogy a média portrékat, interjúkat közöl neves emberekkel. Így megfigyelhetjük őket sajátos szerepeikben, megtudhatjuk, hogy milyen értéket képviseljük, vagy vessünk el.

**A válságot követően demonstráljuk, hogy úrrá lettünk és túlléptünk a válságon. Tarthatunk pl.: nyílt napot. (pl. egy környezetszennyeződést is okozó baleset kapcsán)**

**TANULÁSIRÁNYÍTÓ**

Gyűjtsön olyan vállalkozást, vagy közintézményt, ahol dolgoznak szóvivők! Az alábbi bekeretezett helyre írja a megoldását! Információforrásként használja az internetet! Írja fel a szóvivő nevét is, ha az ismert! Az eredményeket oktatója segítségével ellenőrizték, ha szükséges egészítse ki saját felsorolását!

---

---

---

Írjon példát napjainkban bekövetkező válsághelyzetre, amely egy vállalkozást illetve közintézményt, szervezetet érint! Az alábbi bekeretezett helyre írja le a megoldását!

---

---

---

Segítse iskolájában folyó kommunikációs munkát! Gyűjtse össze, hogy egy krízis szituáció esetén kivel kell kapcsolatba lépnie a vezetésnek! Készítsen adatbázist a pontos elérhetőségekkel együtt! Szerkesszen számítógépen táblázatot, majd oktatója által megadott formában mentse le! Az elkészült munkák megvitatása alapján oktatója útmutatása alapján készítse el a végleges megoldást!

Válasszon 2 olyan kulcsüzenetet, amelyet iskolájáról minden körülmények között közölne! A megoldását írja az alábbi bekeretezett helyre!

---

---

---

## ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

**1. feladat: Határozza meg az alábbi fogalmakat!**

A válság: .....

A krízis: .....

A válságkommunikáció: .....

**2. feladat: Milyen kérdésekre kell válaszolni a válságkommunikáció körvonalazódása során?**

---



---



---

**3. feladat: Aláhúzással jelölje, hogy az alábbiak közül mit ne tartalmazzon a válságkommunikáció üzenete?**

- Az esemény elismerése
- A kár értékét előre megbecsülni
- Az esemény részbeni elismerését
- A katasztrófa és következményei helyének pontos körülhatárolása
- A csúcsesemény jellege, természete és azonnali hatása
- Az esemény nagyon részletes körülírása, megjelölve a felelősöket is
- Milyen konkrét intézkedéseket tettek, illetve tesznek a helyzet javítására, mikorra várható a helyzet javítása, hogy irányítani tudják az eseményeket
- Történt-e halálozás, sérülés, az anyagi kár
- Sajnálát, részvétnyilvánítás

## MEGOLDÁSOK

### Esetfelvetés–munkahelyzet

**Gyűjtsön még példákat válsághelyzetre! Az alábbi bekeretezett helyre írjon fel legalább öt tényezőt! Majd oktatójuk segítségével egészítsék ki a listát!**

**Megoldások lehetnek pl.:** járvány tör ki, baleset következik be, súlyos természeti katasztrófa következtében működési zavar állhat be, emberi mulasztás miatt bekövetkező személyi sérülés, tágabb környezetet érintő működési zavar, a tulajdonost/meghatározó vezetőt váratlan tragikus baleset éri, tartósan veszteséges működés, likviditási problémák, vevők nem tudnak fizetni, a vállalkozás is eladósodik, hitelképességünk és a cég jó hírneve meginog, a vállalkozás terméke/szolgáltatása meghibásodik veszélyessé válik (környezetszennyező, egészségkárosító), a beszállítók elmaradásai miatt nem tud a vállalkozás sem szállítani, a kulcsemberek elhagyják a szervezetet, ellenséges felvásárlás fenyegeti a vállalkozást, a sajtóban rosszindulatú híresztelések röppennek fel, a rossz belső hangulat veszélyezteti a jóhírünket stb.

**Segítse iskolájában folyó kommunikációs munkát! Gyűjtse össze, hogy egy krízis szituáció esetén kivel kell kapcsolatba lépnie a vezetésnek! Készítsen adatbázist a pontos elérhetőségekkel együtt!**

Megoldás a teljesség igénye nélkül!

Együttműködő szervezet	Kapcsolattartó	Elérhetőség	Megjegyzés
<b>Belső együttműködők</b>			
Iskolavezetés			
Szakszervezet			
Munkaközösség-vezetők			
Szülői szervezet/iskolaszék vezetője			
Ifjúságvédelmi felelős			
<b>Külső együttműködők</b>			

Fenntartó képviselője			
Fenntartó szakmai képviselője			
Fenntartó gazdasági képviselője			
Családsegítő központok			
Rendőrség			
Mentők			
Tűzoltóság			
Katasztrófavédelem			
Helyi sajtó képviselői			
Kamara			
Munkáltatók			
Stb.			

Válasszon 2 olyan kulcsüzenetet, amelyet iskolájáról minden körülmények között közölne!

Például:

A legkiemelkedőbb felvételi arányszám ...

A biztonsági feltételek kiépítésére nagy hangsúlyt fektetünk .....

**Önellenőrzési feladatok:**

**1. feladat: Határozza meg az alábbi fogalmakat!**

A válság az egyén, csoport vagy a társadalom életében jelentkező súlyos zavar, nehéz helyzet, amely lehet pozitív és negatív kimenetelű is.

A krízis a válság döntő fordulata, amikor még a súlyos események elkerülhetők.

A válságkommunikáció a válságok megelőzésére, a bekövetkező negatív hatások mérséklésére, a normális működési állapot mielőbbi visszaállításának elősegítésére és az imázs védelmére irányul

**2. feladat: Milyen kérdésekre kell válaszolni a válságkommunikáció körvonalazódása során?**

Mi történt?

Mit mondjunk?

Hogyan mondjuk?

**3. feladat: Aláhúzással jelölje, hogy az alábbiak közül mit ne tartalmazzon a válságkommunikáció üzenete?**

Az esemény elismerése

A kár értékét előre megbecsülni

Az esemény részbeni elismerését

A katasztrófa és következményei helyének pontos körülhatárolása

A csúcsesemény jellege, természete és azonnali hatása

Az esemény nagyon részletes körülírása, megjelölve a felelősöket is

Milyen konkrét intézkedéseket tettek, illetve tesznek a helyzet javítására, mikorra várható a helyzet javítása, hogy irányítani tudják az eseményeket

Történt-e halálozás, sérülés, az anyagi kár

Sajnálát, részvétnyilvánítás

## A VÁLSÁGKOMMUNIKÁCIÓ GYAKORLATI MEGVALÓSÍTÁSÁNAK NÉHÁNY KÉRDÉSE

### ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

A válsághelyzet bekövetkeztekor élni kell azzal a lehetőséggel, hogy a válság célközönségét tájékoztassuk a bekövetkezett eseményekről. A kommunikációval foglalkozó ügyintézőnek feladata többek között, hogy segítse lebonyolítani, dokumentálni és értékelni ezt a munkafolyamatot.

**Keressen a sajtóban kríziskommunikációval kapcsolatos interjút/sajtóközleményt! Gyűjtse össze azokat, majd egy külön mappában archiválja azokat! Az alábbi kérdések alapján elemezzen egyet közülük!**

Célközönség: .....

Volt-e sajtószóvivő: .....

Az esemény leírása: .....

Milyen konkrét intézkedéseket tettek: .....

Mikorra várható a helyzet javulása: .....

Történt-e személyi vagy anyagi kár: .....

### SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

#### Közlemények elkészítése

A meghatározott üzenetek alapján el kell készítenünk a célközönséget tájékoztató közleményeket. Így a

- munkatársak számára
- külső piaci környezet felé
- sajtó részére.

**Nézzünk egy-egy mintát!**Munkatársak számára*Kedves Kollégáim!**Az elmúlt éjszaka vállalkozásunk külső telephelyén tűz ütött ki és robbanás következett be. A baleset során munkatársunk ..... (név), valamint az egyik szomszédos ház lakója is megsérült.**Jelenleg kórház intenzív osztályán ápolják őket. Állapotuk súlyos, de nem életveszélyes.**Mint ismeretes, ebben a raktárban tároljuk a gyártáshoz szükséges veszélyes anyagokat. Elképzelhető, hogy ezek a biztonságos, zárt rendszerből kikerülve környezeti károkat is okozhatnak. Ennek hatását, valamint a baleset bekövetkezésének okait a tűzoltósággal és a katasztrófavédelem munkatársaival közösen vizsgáljuk.**A tragédia ellenére termelésünk a többi telephelyen és napi működésünk változatlanul folytatódik. Cégünk a piac egyik meghatározó vállalkozása, amely jelentős mértékben Önök magas színvonalú munkájának és teljesítményeteknek köszönhető.**Kérek mindenkit, hogy továbbra is a tőle megszokott színvonalon és elkötelezettséggel dolgozzon!**A balesettel kapcsolatosan folyamatosan tájékoztatjuk ügyfeleinket, partnereinket és a sajtó képviselőit.**A sajtóval kizárólagosan ..... PR igazgató tartja a kapcsolatot. Kérem, segítsétek a kollégát munkájában, és tájékoztassátok bármilyen hozzátok beérkező kérdésről vagy érdeklődésről.**Együttműködő segítségeket ezúton is köszönöm!**..... igazgató*Ügyfelek, partnerek részére*Tisztelt ..... Úrhölgy/Úr!**A közöttünk fennálló jó üzleti kapcsolat miatt fontosnak tartjuk személyesen is tájékoztatni Önt, a vállalatunkat ért eseményekről.*



*Az elmúlt éjszaka cégünk egyik telephelyén tűz ütött ki és robbanás is bekövetkezett. A baleset során elképzelhető, hogy ennek hatására megsérült a biztonsági rendszerünk, így elképzelhető, hogy a környezetre is káros vegyszer szabadult ki. Ennek mértékét, környezeti hatását, valamint a baleset bekövetkezésének okait a tűzoltósággal és a katasztrófavédelem munkatársaival közösen vizsgáljuk.*

*Termelésünk a sajnálatos esemény ellenére is változatlanul folyik. Az Önökkel fennálló szerződéses kötelezettségeinknek maradéktalanul, a korábban megszokott színvonalon, és módon továbbra is változatlanul eleget tudunk tenni.*

*További sikeres együttműködés reményében, üdvözlettel:*

*..... igazgató és ..... kereskedelmi igazgató*

#### A sajtóinterjú/sajtóközlemény tartalma

*Ezúton tájékoztatjuk a sajtó tisztelt képviselőit, hogy a ... .. vállalat ..... úti telephelyén a kora hajnali órákban tűz ütött ki és robbanás is bekövetkezett. A baleset során elképzelhető, hogy a környezetre is káros vegyszer szabadult ki. Az anyag tárolására szolgáló biztonságos, zárt rendszer ugyanis a tűz és robbanás hatására megsérült. Ennek mértékét, környezeti hatását, valamint a katasztrófa bekövetkezésének okait a tűzoltósággal és a katasztrófavédelem munkatársaival közösen vizsgáljuk. A baleset során személyi sérülés is történt, a vállalat munkatársát és az egyik közeli ház lakóját kórházban ápolják.*

*A baleset ellenére a vállalat termelése a többi telephelyen változatlanul folytatódik.*

*A balesettel kapcsolatos fejleményekről folyamatosan tájékoztatjuk a sajtó képviselőit.*

#### **Az interjú adása során mindenben követni kell a sajtókapcsolatok gyakorlatát!**

További néhány „jó tanács”, amelyet az ügyintéző kollégának is ismernie kell:

- Az interjú helyszíne általában az esemény helye, de a háttér mindenképpen legyen látványos, látszódjék a megoldás lehetősége. Amennyiben ez nem lehetséges, akkor a legjobb megoldás, ha a stúdióba megy be az interjú alanya, azzal a tudattal, hogy ő a házigazda.
- Optimista, pozitív kicsengésű legyen a mondandó!
- Az interjút mindig a vállalkozás számára megfelelő módon kell irányítani!
- A riporter téves nézeteit, pontatlan kérdéseit udvariasan kell helyreigazítani! Ügyelve arra, hogy a riporter véleményvezér!
- A hivatalos interjú után is célszerű a riporterrel beszélgetni, az utolsó benyomás fontossága miatt.

#### **A válságkommunikáció dokumentálása:**

Ezt a munkát több ember is végzi, végezheti. Lényege, hogy az eseményeket pontosan, hitelesen lehessen nyomon követni.

#### A válságstáb az alábbiakat dokumentálja:

- mikor, hol, mi történt
- kiket, mely szervezetet értesítettek
- milyen megelőző intézkedéseket tettek
- milyen külső és belső szervezetet vontak be a válság megoldásába, kiket értesítettek
- milyen technikai megoldásokat alkalmaztak a válság megoldására és ennek milyen hatása volt

#### A szóvivőnek az alábbiakat célszerű leírnia:

- mikor, hol, mi történt
- a célközönség és a kommunikációs cél meghatározása
- az első nyilatkozat pontosított, elfogadott tartalma
- ki, mikor és hol nyilatkozott
- a későbbi üzenetek tartalma
- a sajtó miről kért és kapott információt
- ki és mikor milyen intézkedéseket ígért
- mi jelent meg a médiumokban, szükség volt-e helyesbítésre
- mikor és milyen tartalommal értesítették az együttműködő szervezeteket
- milyen kulcskérdések jelentkeztek

#### A válsághelyzet utáni értékelés fontossága:

Hogyan győződhetünk meg arról, hogy tanultunk a válsághelyzetből, hogy hasonló dolgokat képesek leszünk esetleg megelőzni; vagy ha mégsem, akkor még jobban és hatékonyabban tudjuk őket kezelni? Erre a kérdésre egyszerű a válasz: amikor vége a válsághelyzetnek, akkor értékelnünk kell mindent, amit a válsághelyzet megoldása érdekében tettünk. Itt egy rövid, de hasznos lista, amely segítségünkre lehet az értékelésben:

- Mit érzünk, hogyan kezeltük a válsághelyzetet (nagyon jól, jól, meglehetősen jól, nem túl jól)?
- Válságstábunk tagjai sikeresen tudtak együttműködni?
- A válságstáb jól kezelte a külső és belső kapcsolatokat és a külső szakértőket?
- A stáb jól kezelte a médiakapcsolatokat?
- Teljes-e a válsághelyzet dokumentációja?
- Volt olyan pillanat, amikor úgy tűnt, hogy a válsághelyzet jobbra vagy rosszabbra fordult? Volt-e olyan terület a válsághelyzet kezelésében, amely javításra szorult? Hogyan tudnánk a jövőben beépíteni a tanulságokat válságkezelési stratégiánkba?
- Kézben tartottuk-e a kommunikációs irányítást?
- Átmentek-e az üzeneteink?
- Volt-e váratlan fejlemény, amit nem tudtunk kezelni?
- Milyen visszajelzéseket kaptunk?

- A tapasztalatok alapján milyen módosításokra lesz szükség egy újabb válsághelyzet bekövetkezésekor?

Tegyünk pontot a válsághelyzet végére! El kell dönteni, hogy a válsághelyzetnek mikor van vége és milyen utólagos lépéseket kell még tennünk. A válsághelyzet végén célszerű egy értékelő megbeszélést tartani.

## TANULÁSIRÁNYÍTÓ

Készítsen elő egy sajtóközleményt a következő eset kapcsán! Váratlan szoftverprobléma hívásfogadási gondokat okozott a Telekom mobilhálózatában. Megoldását írja az alábbi bekeretezett helyre! Osztálykeretben oktatója segítségével véglegesítsék a helyesnek ítélt megoldást!

---

---

---

---

---

---

---

---

Nézzenek meg közösen egy friss krízis hírrel kapcsolatos sajtószóvivői tájékoztatást! Az alábbi bekeretezett helyre írja le értékelését a következők figyelembe vételével:

Hol, mikor, milyen esemény történt \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Mi volt az üzenet:

Volt-e olyan riporter által feltett kérdés, amelyet helyesbíteni kellett: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Egyéb észrevétel, megjegyzés: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

MUNKANYAG

**ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK**

1. feladat: Adjon tanácsot a szóvivő munkatársának, hogy mire figyeljen a krízishelyzettel kapcsolatos interjú során! Megoldását írja az alábbi bekeretezett helyre!

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

2. feladat: Önt bízzák meg azzal, hogy folyamatosan kísérje figyelemmel a válságkommunikáció dokumentálását. Készítsen ellenőrzési listát a válságstáb dokumentációjára vonatkozóan! Megoldását írja az alábbi bekeretezett helyre!

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## MEGOLDÁSOK

Tanulásmegoldás:

**Készítsen elő egy sajtóközleményt a következő eset kapcsán! Váratlan szoftverprobléma hívásfogadási gondokat okoz a Telekom mobilhálózatában. Megoldását írja az alábbi bekeretezett helyre!**

A mai napon délelőtt a Magyar Telekom mobil-előfizetéssel rendelkező ügyfelei jelentős részének hálózaton belüli hívásai sikertelenek voltak, az előfizetők azt tapasztalták, hogy a hívott fél nem elérhető, ki van kapcsolva vagy a hangposta jelentkezik.

Az elsősorban a hálózaton belüli hívásindításokat érintő, és a jelzett időtartamban fennálló zavart egy éjszakai, előre tervezett munka során keletkezett váratlan szoftverprobléma okozta. Ennek észlelését követően a rendszerszállítóval közösen még éjjel azonnal megkezdődött a hibaelhárítás, amelynek eredményeként a szolgáltatás fokozatosan áll helyre.

A Magyar Telekom ezúton is köszöni ügyfelei megértését és türelmét. A probléma elhárításával kapcsolatban a szolgáltató természetesen további tájékoztatással szolgál majd.

Forrás: [http://www.t-mobile.hu/t-mobile/sajtokapcsolatok/sajtokozlemenyek/2009/sajtokozlemeny\\_20091204.xml](http://www.t-mobile.hu/t-mobile/sajtokapcsolatok/sajtokozlemenyek/2009/sajtokozlemeny_20091204.xml)

**Önellenző feladatok:**

**1. feladat: Adjon tanácsot a szóvivő munkatársának, hogy mire figyeljen a krízishelyzettel kapcsolatos interjú során!**

- Az interjú helyszíne általában az esemény helye, de a háttér mindenképpen legyen látványos, látszódjék a megoldás lehetősége. Amennyiben ez nem lehetséges, akkor a legjobb megoldás, ha a stúdióba megy be az interjú alanya, azzal a tudattal, hogy ő a házigazda.
- Optimista, pozitív kicsengésű legyen a mondandó!
- Az interjút mindig a vállalkozás számára megfelelő módon kell irányítani!
- A riporter téves nézeteit, pontatlan kérdéseit udvariasan kell helyreigazítani! Ügyelve arra, hogy a riporter véleményvezér!
- A hivatalos interjú után is célszerű a riporterrel beszélgetni, az utolsó benyomás fontossága miatt.

**2. feladat: Önt bízzák meg azzal, hogy folyamatosan kísérje figyelemmel a válságkommunikáció dokumentálását. Készítsen ellenőrzési listát a válságstáb dokumentációjára vonatkozóan! Megoldását írja az alábbi bekeretezett helyre!**

1. mikor, hol, mi történt
2. kiket, mely szerveket értesítettek
3. milyen megelőző intézkedéseket tettek
4. milyen külső és belső szerveket vontak be a válság megoldásába, kiket értesítettek
5. milyen technikai megoldásokat alkalmaztak a válság megoldására és ennek milyen hatása volt

MUNKANYELVI

## IRODALOMJEGYZÉK

### FELHASZNÁLT IRODALOM

Barlai Róbert–Kővágó György: Krízismenedzsment, kríziskommunikáció, Századvég Kiadó, Budapest, 2004

Szeles Péter: Public relations a gyakorlatban Geomédia Szakkönyvek, Budapest, 1999.

Fazekas Ildikó – Harsányi Dávid: Marketing–kommunikáció Szókratész Külgazdasági Akadémia Budapest, 2004.

Nyárádi Gáborné – Szeles Péter: Public Relations I. Perfekt

### AJÁNLOTT IRODALOM

Sándor Imre: A marketing–kommunikáció kézikönyve, Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, Budapest 2000.



A(z) 0063–06 modul 004–es szakmai tankönyvi tartalomeleme felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

A szakképesítés OKJ azonosító száma:	A szakképesítés megnevezése
52 342 01 0000 00 00	Marketing- és reklámüggyintéző
52 342 02 0000 00 00	PR ügyintéző

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:

14 óra

MUNKANYELV

MUNKANYAG

A kiadvány az Új Magyarország Fejlesztési Terv  
TÁMOP 2.2.1 08/1-2008-0002 „A képzés minőségének és tartalmának  
fejlesztése” keretében készült.

A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap  
társfinanszírozásával valósul meg.

Kiadja a Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet  
1085 Budapest, Baross u. 52.

Telefon: (1) 210-1065, Fax: (1) 210-1063

Felelős kiadó:  
Nagy László főigazgató