

Gestão de Crises - Foco em Reputação

Sobre o curso:

Ser transparente, admitir a vulnerabilidade, conseguir responder ao episódio rapidamente e ter relacionamento com os públicos é fundamental. Durante uma crise é hora da empresa reagir e colocar em pratica o planejamento elaborado antes da crise. Cada vez que uma empresa passa por uma crise ela perde algo: tempo, funcionários, clientes, confiança, credibilidade e, principalmente, reputação. Há todo um trabalho que pode ser feito antes de uma crise ou problema grave para evitar ou minimizar os impactos na credibilidade e reputação da empresa.

Um acidente grave, uma greve, contaminação ambiental, questões trabalhistas e muitos outros temas podem impactar negativamente a atuação da empresa. Com a internet, todos passaram a ter “telhado de vidro” e mesmo que a mente humana esqueça rapidamente um episódio ruim, a internet mantém registrado os fatos.

Objetivos

O curso abordará a necessidade da prevenção e mapeamento das vulnerabilidades para evitar possíveis impactos na reputação, o que fazer antes, durante e depois de um episódio e como enfrentar o comportamento dos públicos: clientes, consumidores, mídia, funcionários, sindicatos, acionistas e outros.

- ✓ Compreender a necessidade da prevenção, mapeamento e análise das vulnerabilidades para evitar impactos na Reputação;
- ✓ Reforçar os conhecimentos sobre gestão de crises na prática: o que fazer antes, durante e depois de um episódio;
- ✓ Saber como enfrentar o comportamento dos públicos: clientes, consumidores, mídia, funcionários, sindicatos, acionistas e outros, durante a crise;
- ✓ Ampliar a visão sobre a importância da globalização e da internet na construção da Reputação Organizacional

Parte 1: Globalização, Internet e Reputação Corporativa.

Exposição sobre o que mudou no mundo e os impactos na Reputação Corporativa, como se forma Reputação, quais os ganhos que a empresa tem com uma reputação positiva e o quanto uma crise pode impactar a reputação.

Parte 2: Gestão de Crises Corporativas.

Apresentação do conceito, características e tipos de crises. Estudo sobre o que ajuda uma empresa a sobreviver numa crise, como se posicionar durante um evento crítico e o que não fazer. Estudo de cases.

Parte 3: Plano de Gestão de Crises.

O que fazer antes, durante e depois. Engloba o roteiro do plano de gestão de crises, as funções do comitê e o fluxo de trabalho durante uma crise.

Parte 4: Pós Crise

Análise sobre o comportamento dos públicos, a relação com a imprensa e a mensuração do impacto.

Metodologia:

Parte prática, teórica, além de estudo de casos, exercícios e vídeos.

Público alvo: Profissionais de RH, Comunicação, Marketing, Administração, líderes de Projetos, Gestores

Datas: 05,06/05 – 12,13/05/2020

Horário: 18h às 22h

Carga horária: 16 horas

Local: Fundação Fritz Müller | Rua Iguaçu, 151 – Itoupava Seca, Blumenau/SC

Entrada: 5 parcelas de R\$ 210,00 = R\$ 1.050,00

Incluso: Material didático, coffee break e certificado para participantes com mínimo de 80% de frequência.

Currículo Professora: Regina Hostin – Mestre em Desenvolvimento Regional. Especialista em Comunicação Corporativa pela Univali e pela Universidade Syracuse (EUA). Graduada em Comunicação Social – Jornalismo. Docente em cursos de pós-graduação. Ampla experiência em comunicação interna, endomarketing, relações com a imprensa e comunidades, gestão de crises, reputação e relações institucionais. Atuação em empresas de médio e grande porte, como Bunge, Nissan, em jornal diário e agências de comunicação. Autora do livro Quando o hoje já não basta.

CLIENTES



Obs. É necessário o preenchimento do número mínimo de participantes para a realização do curso. Caso não seja preenchido, a coordenação reserva-se o direito de não abrir a turma.
Para mais informações entre em contato 47 3057.8001 ou cursos@fundacaofritzmuller.com.br