

# Лекция 7. Crisis management (PR в кризисных ситуациях)



# ЧТО ТАКОЕ КРИЗИС?

Франк Джефкинс в книге «Техники PR-работы» сформулировал 17 сценариев кризиса для башни Биг Бен

## Реальные кризисы

- Большой Бен может быть поражен молнией.
- Может пострадать в результате авиакатастрофы.
- Может быть взорван террористами.
- Может упасть на Палату общин.
- Может упасть в реку Темзу.
- В военное время может быть разрушен в результате бомбежки или ракетной атаки.
- Может быть остановлен или сбит с указания точного времени каким-либо фанатиком.
- Может быть измазан краской или увешан флагами.
- Часовой колокол может испортиться.
- Тысячи скворцов могут заполнить часовую колокольню Большого Бена.



# ЧТО ТАКОЕ КРИЗИС?

Франк Джефкинс в книге «Техники PR-работы» сформулировал 17 сценариев кризиса для башни Биг Бен

## Малореальные кризисы

- Большой Бен может быть украден мошенниками, притворившимися ремонтными рабочими, как прежде Лондонский мост.
- В него могут забраться демонстранты, или фанатики.
- Его часовой механизм может быть разрушен посредством какого-либо электронного или лазерного устройства.
- Его может приватизировать М. Тэтчер, а BBC может попросить привилегии на воспроизведение звуков часовой мелодии Большого Бена.
- Может быть разрушен в результате действий ирландских, ливийских, палестинских и т. п. террористов, если в ответ на их требования не будут выпущены из тюрем их соратники.
- Похититель людей может запереть свою жертву в часовой камере.
- Законодательный орган Великобритании может принять закон о прекращении звучания мелодии Большого Бена.



# ПРИНЦИПЫ КРИЗИСНОЙ PR-

ПРИМЕР 1. КОМПАНИЯ PORSCHE: ЛЕОНАРД САФФИР (LEONARD SAFFIR)

В одной из глав своей книги, посвященной кризисному управлению, Леонард Саффир приводит впечатляющий пример одного несчастного случая, участниками которого стали школьный автобус и спортивный автомобиль марки Porsche, которым (с превышением скорости) управлял один из руководителей компании Porsche и который произошел во время проведения высокобюджетной рекламной кампании (одной из целей которой являлась демонстрация эксплуатационных качеств данного автомобиля). Сама компания Porsche впервые узнала об этом происшествии тогда, когда в ее офис пришел репортер местного телевизионного канала и обратился с просьбой дать интервью о происшедшем событии. Вот как прокомментировал данное событие Л. Саффир:

**«Это была драматическая история, которая повлекла за собой скандальную информационную кампанию в СМИ и серьезные последствия для целого филиала компании. И все же лишь несколько читателей этой книги когда-либо слышали об этой истории. Почему? Да потому что того происшествия, которое стало началом всей этой цепи событий, никогда не происходило. Это была всего лишь часть «атаки», часть учений по поведению компании в ситуации кризиса, которая была проведена для филиала компании».**

10. ИЗВЛЕКАТЬ УРОКИ ИЗ СОБСТВЕННОГО ОПЫТА

# Кризис

- это драматическое изменение ситуации, как правило, направленное в худшую сторону, которое может стать результатом несчастного случая, чьей-либо некомпетентности или преступного поведения. Кризисы, катастрофы, скандалы, несчастные случаи являются одними из главных составляющих плохих новостей и всегда привлекают огромное внимание со стороны СМИ

Лекция  
окончена!

# Практические задания

1. Выберите компанию (или любую иную организацию), которую вы хорошо знаете, проанализируйте возможные ситуации и составьте список, соответственно, вероятных, возможных и невозможных кризисов. Следует ли назначить одну и ту же рабочую PR-группу для каждой из этих кризисных ситуаций?
2. В относительно короткое время GM-продукты стали объектом широкого международного обсуждения и полемики. Такие организации, как компании, торгующие пищевыми продуктами; производители; компании, занимающиеся производством GM-продуктов; владельцы ресторанов и кухонь; группы, борющиеся за сохранение окружающей среды; авторы, пишущие о проблемах рынка пищевых продуктов — все они оказались вовлечены в конфликт. Могла ли в этой ситуации какая-либо организация взять на себя инициативу? Как она могла бы это сделать?
3. Вы являетесь руководителем PR-службы авиакомпании ЮТим. В период гололеда самолет не смог сделать посадку и дважды садился на взлетно-посадочную полосу, и затем взлетал. В результате посадить самолет удалось, но 8 человек из 130 пассажиров от сильного удара погибли, а у 20 человек – перелом позвоночника. Ваши действия.
4. Вы являетесь руководителем PR-службы Альфа-банка. Наступил кризис и многие ваши клиенты требуют вернуть их вклады и депозиты. У входа в банк образовалась очередь. Сейчас утро, пока банк закрыт, но после его открытия денег на выплату всех депозитов не хватит, т.к. всего в банке на сегодня только 10% от той суммы, которую сейчас требуют клиенты. Ваши действия.
5. Вы являетесь руководителем PR-службы крупной нефтяной компании/крупной коммуникационной компании/ крупного торгового центра. Смоделируйте варианты возможных кризисных ситуаций и сценарии по выходу из них.