

Kategoria: Aktualności

Opublikowano: sobota, 03, luty 2018 21:54

Sylwia Cyrankiewicz-Gortyńska

Odśloni: 1569

---

Gdy dochodzi do sytuacji kryzysowej, niezbędna jest osoba, która będzie odpowiedzialna za kontakty z mediami. O tym, jak prawidłowo zareagować, co komunikować oraz jakie kanały wykorzystać, by zapanować nad kryzysem, opowiedzą prelegenci zaproszeni na [XVIII Kongres Profesjonalistów PR](#), który odbędzie się 19-20 kwietnia w Rzeszowie.

Organizatorzy tegorocznej edycji kontynuują tematykę poruszaną podczas [Kongresu Profesjonalistów Public Relations 2017](#), którą były kryzysy wizerunkowe w mediach. Także tym razem doświadczeniem i wiedzą podzielą się specjaliści od lat zajmujący się komunikacją z mediami. [Prelegentami](#) będą m.in. Maksymilian Pawłowski – rzecznik prasowy Leroy Meriln Polska, red. Rafał Motriuk – dziennikarz III programu Polskiego Radia i Filip Szatanik – rzecznik prasowy Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego. Wśród poruszanych zagadnień będą m.in. kwestie procedur zapobiegania kryzysom oraz – gdy do kryzysu jednak dojdzie – zarządzania nim. Wiedza ta będzie szczególnie przydatna dla rzeczników prasowych, osób odpowiedzialnych za wizerunek instytucji oraz prowadzących komunikację instytucji z mediami. Szczegóły prelekcji znaleźć można w [programie wydarzenia](#).

### Jak radzić sobie z kryzysem?

*- Prawdziwym sprawdzianem dla rzecznika prasowego jest kryzys. To wtedy należy wykazać się szybkością, wiedzą, doświadczeniem i przygotowaniem merytorycznym – mówi **Mariusz Sokołowski**, prezes R4S, były rzecznik prasowy Komendanta Głównego Policji, jeden z prelegentów Kongresu. – *Niekompetencja nawet w jednym z tych obszarów może skutkować poważnymi konsekwencjami, dlatego osoba pracująca na tym stanowisku musi być odporna na stres oraz posiadać szeroki zakres innych umiejętności. Czas to w większości sytuacji kluczowy czynnik pozwalający na zminimalizowanie konsekwencji kryzysu wizerunkowego. Gdy pojawia się problem, niezbędna jest dyspozycyjność – często w trakcie świąt, weekendów czy w godzinach nocnych. W dobie rozkwitu mediów społecznościowych i nowoczesnych sposobów komunikacji, informacje rozchodzą się w czasie rzeczywistym. Pierwsze godziny to jedyny moment, by móc zapanować nad sytuacją, zanim negatywne treści rozprzestrzenią się w sieci.**

*- Zapanowanie nad kryzysem wymaga świadomego i precyzyjnego zarządzania komunikacją w firmie. Nie można dopuścić do tego, aby ktoś inny narzucił nam przekaz – wskazuje **dr hab. Dariusz Tworzydło**, z Uniwersytetu Warszawskiego, organizator Kongresu. Należy przygotować osoby, które mogą mieć styczność z mediami formułując kluczowe przesłania, a także postarać się przewidzieć potencjalne pytania dziennikarzy. Brak oficjalnego komunikatu ze strony firmy nie będzie oznaczał, że dziennikarze opuszczą temat – wręcz przeciwnie – stanie się polem dla dezinformacji oraz przypuszczeń.*

Brak interakcji z mediami jest dla opinii publicznej również komunikatem, że instytucja ma coś poważnego do ukrycia. W sytuacji kryzysowej nie można także zaniedbywać pozostałych kanałów komunikacji – oprócz mediów tradycyjnych i portali społecznościowych ważny jest również PR wewnętrzny. Pracownicy powinni być dobrze poinformowani o sytuacji w przedsiębiorstwie, w którym pracują.

[Kongres Profesjonalistów PR](#) co roku gromadzi ponad 300 osób związanych ze światem mediów, marketingu i public relations stanowiąc okazję do dyskusji w gronie praktyków i ekspertów z wieloletnim doświadczeniem. Wydarzenie wzbogacone jest również o panel warsztatów praktycznych oraz sesję naukową organizowaną przez [Wydział Dziennikarstwa Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego](#). Aby wziąć udział w Kongresie Profesjonalistów PR należy wysłać [zgłoszenie](#).

Kategoria: Aktualności

Opublikowano: sobota, 03, luty 2018 21:54

Sylwia Cyrankiewicz-Gortyńska

Odsłony: 1569

---

Organizatorami [Kongresu Profesjonalistów Public Relations](#) są [Newsline sp. z o.o.](#) oraz [Ideo sp. z o.o.](#) **Głównym sponsorem** Kongresu Profesjonalistów Public Relations jest [PRESS-SERVICE Monitoring Mediów](#). **Partnerem merytorycznym** Kongresu jest [Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego](#). **Partnerami Głównymi są:** [Alert Media Communications](#), [Stowarzyszenie Informatyka Podkarpacka](#), [Urząd Marszałkowski Województwa Podkarpackiego](#), [Polskie Stowarzyszenie Public Relations](#), [Urząd Miasta Rzeszów](#) oraz [Związek Firm Public Relations](#).

Wydarzeniu patronuje [Dziennik Warto Wiedzieć](#).

---

***Kongres Profesjonalistów Public Relations** to ogólnopolskie wydarzenie łączące środowisko i ludzi zajmujących się problematyką komunikacji i PR. Organizowany jest przez firmy Newsline Sp. z o.o. oraz Ideo Sp. z o.o. Na program spotkania składają się wystąpienia plenarne, debaty i praktyczne warsztaty. Kongres stanowi forum dialogu, inspiracji i integracji wszystkich tych, którzy tworzą branżę: praktyków, naukowców i pasjonatów. Pomysłodawcą Kongresów PR jest dr hab. [Dariusz Tworzydło](#), prezes zarządu Exacto sp. z o.o., który od 18 lat organizuje spotkania branży PR w Rzeszowie oraz Wrocławiu.*