

PLANO DE COMUNICAÇÃO DE CRISE

INTRODUÇÃO:

Em respeito a diligencia de nossas operações, compartilhamos com você algumas ações, que temos como fundamentais quando do surgimento de imprevistos e que suportarão nossa continuidade ao longo de toda situação denominada “crise”.

DEFINIÇÃO:

Elencar ações a serem adotadas quando em situação de crise ou ameaça de crise, de modo a zelar pela imagem da Brasilcap com os seus diversos públicos de relacionamento e garantir a integridade das informações sobre as situações eventuais.

TERMINOLOGIA:

Crise: fato que ocorre subitamente, ameaçando a imagem da organização e os negócios, podendo acarretar perdas financeiras.

Incidente: situação que pode representar ou levar à interrupção de negócios, perdas, emergências ou crises.

Plano de Continuidade de Negócios: procedimentos documentados que orientam as organizações a responder, recuperar, retomar e restaurar a um nível pré-definido de operação após a interrupção.

Porta-voz: pessoa que fala pública e oficialmente em nome da companhia.

FASE PRÉ-CRISE:

Conhecer as vulnerabilidades do negócio e do relacionamento com as partes interessadas.



Preparar estrutura, sistematização e capacitação necessárias para permitir uma atuação coordenada da comunicação no enfrentamento da crise – definir ponto focal e fluxo comunicacional.

Reforçar ações de comunicação junto às diversas partes interessadas, focando na criação e manutenção de um bom relacionamento entre elas e a companhia.

Definir veículos e canais mais adequados para o enfrentamento de cada situação.

FASE DURANTE O GERENCIAMENTO DA CRISE:

Definir forma de reuniões de comunicação de crise (ambiente físico, remoto, híbrido), a depender do evento.

Coletar informações primárias sobre situação crítica e primeiras percepções dos grupos funcionais.

Mapear as informações a serem disponibilizadas nos meios de comunicação internos e/ou externos avaliados caso a caso e propor o direcionamento adequado.

Mobilizar fornecedores que participarão do processo de comunicação, quando for o caso.

Identificar partes interessadas e propor plano de comunicação.

Orientar a estratégia e a utilização dos diferentes recursos para comunicação com as partes interessadas.

Avaliar necessidade de cancelamento, suspensão ou reagendamento de eventos ou outras atividades previstas antes da crise.

Reforçar relacionamento e interlocução junto às partes interessadas, se necessário.

Monitorar continuamente cobertura da mídia, redes sociais e reação das partes interessadas.

FASE PÓS- CRISE:

Preparar relatório de atividades da Assessoria de Comunicação, avaliação da cobertura de mídia, redes sociais, percepções das partes interessadas, problemas emergentes, pontos de atenção e lições aprendidas.

Revisar, atualizar e melhorar o plano de comunicação continuamente.

Avaliar a necessidade de pesquisa para mapear as percepções das partes interessadas.

ORIENTAÇÕES GERAIS:

Em caso de emergências haverá apenas um porta-voz oficial da Brasilcap, sendo preferencialmente um membro da diretoria.

Cada crise exige um plano de comunicação específico, em razão do evento, e este deve ser elaborado e aprovado pelo Diretor-Presidente, sempre nas primeiras 24 horas. Considerar que o Plano pode ser alterado no decorrer do processo, a depender do desdobramento da crise.

Os colaboradores devem ser informados sobre quem é o porta-voz oficial da Brasilcap na devida situação de crise. A comunicação deve ocorrer de forma tempestiva.

A Executiva de Comunicação se encarrega de produzir o conteúdo sobre a eventualidade de acordo com a situação e o discurso institucional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

A melhor maneira de lidar com os imprevistos é antecipando-se.

Nossos canais de atendimento estão à disposição.

