

IL DECALOGO

I PASSI DA FARE

- 1.** Priorità alla comunicazione interna. Non si può avere una voce esterna se prima non si assume una posizione chiara all'interno
- 2.** Il portavoce deve essere unico: centralizzare la comunicazione evita contraddizioni e confusione
- 3.** Tempestività: per non arrivare troppo tardi o troppo presto
- 4.** Prestare attenzione al feedback che arriva da clienti, stampa e social
- 5.** Multicanalità: social media, newsletter, videoconferenze vanno usati per veicolare messaggi univoci con strumenti distinti

GLI ERRORI

- 1.** Restare passivi non gestendo la comunicazione e sperando che la crisi passi inosservata
- 2.** Nascondere fatti rilevanti o esporli in maniera ambigua
- 3.** Discontinuità: la comunicazione non dovrebbe mai interrompersi
- 4.** Mancanza di credibilità: il portavoce deve essere affidabile e parlare su temi sui quali gli viene riconosciuta competenza
- 5.** Cercare un capro espiatorio: chi gestisce la crisi deve assumere responsabilità e saper difendere la propria organizzazione