

Zarządzanie kryzysem w social media

Autor: [Monika Czaplicka](#)

Kryzys - brzmi strasznie, ale dobrze zarządzany, może przerodzić się w sukces!

Jeśli wydaje Ci się, że czwarta władza to media, mylisz się. Teraz to social media są siłą sprawczą, która buduje i niszczy kariery, wynosi marki na szczyty popularności lub równa je z ziemią. Social media to broń obosieczna - bywają źródłem kryzysów, ale także sposobem na ich pokonanie. Najważniejsza jest informacja: zabawna, oburzająca, interesująca. Im bardziej kontrowersyjna i nośna, tym szybciej dotrze do tysięcy Twoich klientów. Jeśli myślisz, że Twojej marce nic nie grozi, lepiej przygotuj się na kryzys. Zdarza się on każdemu: i rzetelnym producentom, i perfekcyjnym usługodawcom. Nie myli się tylko ten, kto nic nie robi, więc prędzej czy później popełnisz błąd lub natkniesz się na pierwszego niezadowolonego klienta. A stąd do kryzysu tylko jeden krok...

Sama myśl o wpadnięciu w jego epicentrum budzi grozę, prawda? A przecież wcale nie musi! Możesz świetnie przygotować się na sytuacje kryzysowe i dowiedzieć się, jak wyjść z nich z tarczą. Jeśli Twoja marka jest obecna na Facebooku, Twitterze czy innym profilu społecznościowym albo jeśli wiesz, że aktywni w tych mediach są Twoi klienci - a są tam na pewno - warto poznać zasady tej wirtualnej gry. Pierwsze prawo kryzysu w social media: zwykle zaczyna się tuż przed weekendem!

Monika Czaplicka - w branży social media działa od siedmiu lat. Specjalizuje się w marketingu szeptanym i WOMM oraz przygotowywaniu strategii marketingowych. Od kilku lat jest związana z portalem Socjomania.pl. Jej interesujące wystąpienia na konferencjach branżowych cieszą się powszechnym uznaniem. Wykształcenie socjologiczne, zdobyte w trakcie studiów w Instytucie Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego, umożliwia jej analizowanie danych i obserwowanie sieci z ciekawej perspektywy. Pracuje dla klientów z różnych dziedzin, ale jej fascynacją pozostają wyzwania, takie jak kryzysy.

Spis treści:

Wstęp (7)

1. Teoretycznie zamiast "dzień dobry" (9)

- Kryzys... (9)
- ...media społecznościowe... (10)
- Jeśli nie Facebook, to co? (12)
- ...kryzys w social media (12)

2. Poradnik (15)

- Praktycznie o teorii (15)
- Skąd się biorą kryzysy w social media? (15)
- Różne przyczyny kryzysów (16)
- Efekt śnieżnej kuli (reakcja łańcuchowa) (23)
- Efekt kręgów na wodzie (25)

- Dlaczego akurat w weekendy? (25)
- Przebieg kryzysu (26)
- Pierwsze 24 godziny (27)
- Crisis management - zarządzanie kryzysem (28)
- Jak reagować na kryzys? (30)
- Zasada 5P (32)
- Schemat narzędzi kryzysowych (33)
- It's hard to say "I'm sorry" (34)
- Kryzysiki i inne problemiki - zagwozдки (35)
- Już kryzys czy jeszcze zagwozodka? (36)
- Cztery kroki, żeby zmniejszyć prawdopodobieństwo wystąpienia kryzysu (37)
- Przeciwdziałaj z głową (38)
- Dlaczego potrzebujesz nowego podejścia? (42)
- Rewolucja w komunikacji (42)
- Social media dla mediów (44)
- Social media i PR (45)
- Zmiana - kryzysy tradycyjne a nowe kryzysy (46)
- Dowód na istnienie (48)
- Nie taki kryzys straszny, jak go malują (50)
- Rodzaje kryzysów (51)
- Kryzysy postowania (53)
- Pięć sposobów radzenia sobie z negatywnymi komentarzami (54)
- Wkurzony klient - czego nie robić? (56)
- Do czego można wykorzystywać social media jako markę (59)
- Bezpieczeństwo przede wszystkim (61)
- Słowa, słowa, słowa... i obrazy (61)
- It's all about reputation (63)
- Oczywiście oczywistości (64)
- Pięć podstawowych rzeczy potrzebnych przed kryzysem (65)
- Dziesięć błędów popełnianych przed kryzysem (66)
- Osiem błędów w kryzysie (68)
- Zespół antykryzysowy (69)
- Mity o kryzysie (70)
- Osiem nieprzyjemnych faktów o kryzysach (i jeden przyjemny) (71)
- Po chińsku "kryzys" składa się z dwóch znaków: niebezpieczeństwa i szansy (71)
- Reagować czy nie? (72)
- Konflikt: rozdmuchać czy milczeć? (74)
- Jest kryzys. Co dalej? (75)
- Nie panikuj! (76)
- Nawet najdłuższa podróż zaczyna się od jednego kroku (78)
- Ja sam! (79)
- Hashtagi (79)
- Do kogo należą konta "firmowe"? (80)
- Kryzysowe SEO (82)
- Jeśli firma nie traktuje Cię jako swojego najważniejszego klienta, to znaczy, że nie jest Ciebie warta! (83)
- Klient nie zawsze ma rację (84)
- Marketing rekomendacji (85)
- Zero moment of truth (85)
- Fan, czyli kto? (87)

- Po co Ci adwokaci (ambasadorzy) marki i jak ich pozyskać? (89)
- Kryzys? Oczywiście! (92)
- Jeśli nie ma mnie w social media, to nic mi nie zrobią (99)
- Haters gonna hate (99)
- Customer experience (100)
- Teoria konsumenckiej góry lodowej narzekania (101)
- Gdzie jesteś? (a gdzie Cię nie ma?) (101)

3. Badania kryzysów (103)

- Na świecie (103)
- Badanie strategii kryzysowych (105)
- W Polsce (107)

4. Manual antykryzysowy (111)

- Zanim ruszy lawina (111)
- Lista kontrolna przed kryzysem (112)
- Przykładowe zapisy (113)

5. Social media guideline (115)

- Pracownik jest częścią marki firmy (115)
- Cienka czerwona linia (116)
- Przykładowy dokument (szkic) (118)

6. Narzędzia (121)

- Monitoring sieci (121)
- Co należy monitorować? (126)
- Statystyki Facebooka (127)

7. Kryzysy w Polsce (131)

- Fashionelka vs Schaffashoes (131)
- Zabawa z Dotpayem (136)
- Serwis Allegro pada (140)
- Empik naciągacz? (145)
- "Czym zaskoczył Cię ostatnio Orange?" (147)
- ACTA by Wedel (151)
- Jestem Waszą Ex (156)
- Logo Nikona pod ostrzałem (158)
- Ciec Virgin Mobile Polska (i PR Playa) (164)
- HTC Żal (167)
- Malaga, Tiki Taki i robaki (169)
- Graffiti Adidasa (173)
- Czerwony tatar z pozwem i worek z Sokołowa (178)
- Lodowy tron (186)
- Gąbeczka od HP (190)
- Play i Socializer (192)

- Asus obraża klienta (195)
- nc+ (198)
- Kaszka ze szkłem od Nestlé (208)
- Kominek vs Dr. Oetker (211)
- Afera zbożowo-betonowa (216)
- "Uważam Rze" (220)
- Ostatni posiłek Bielucha (223)
- Bank error (226)
- W skrócie (230)
- Kontent kryzysogeny (przykłady) (235)

8. Kryzysy na świecie (243)

- KitKat Killer (243)
- Nikon i jego sprzęt (246)
- Olej się wylał BP (248)
- "Fuj" w Domino's Pizza (251)
- Homofobiczny Amazon? (Amazonfail) (254)
- SimCity (257)
- Burger King i Jeep zhakowane (Twitter) (260)
- Stop Eurostar (263)
- Rachunek dla Applebee's (265)
- Ford (269)
- Wylizane muszelki Taco Bell (271)
- Dell Hell (273)
- Zwolnienia w HMV (275)
- W skrócie (277)

Na pożegnanie (279)

Słowniczek z przymrużeniem oka (281)

Bibliografia (285)