



Comunicaciones Corporativas • Asuntos Públicos • Comunicación en Crisis



WEBINAR

COMUNICACIÓN EN TIEMPOS DE CRISIS

Análisis desde la visión estratégica de la comunicación

Abril 16 de 2020

www.khamaleon.com



¿Quiénes somos?

- Khamaleon, desde 2004, ha asesorando a empresas nacionales e internacionales, del sector público y privado, en comunicación estratégica, comunicación en crisis, comunicación asertiva para líderes y comunicación para cultura y gestión el cambio.


Khamaleon

Comunicaciones Corporativas • Asuntos Públicos • Comunicación en Crisis



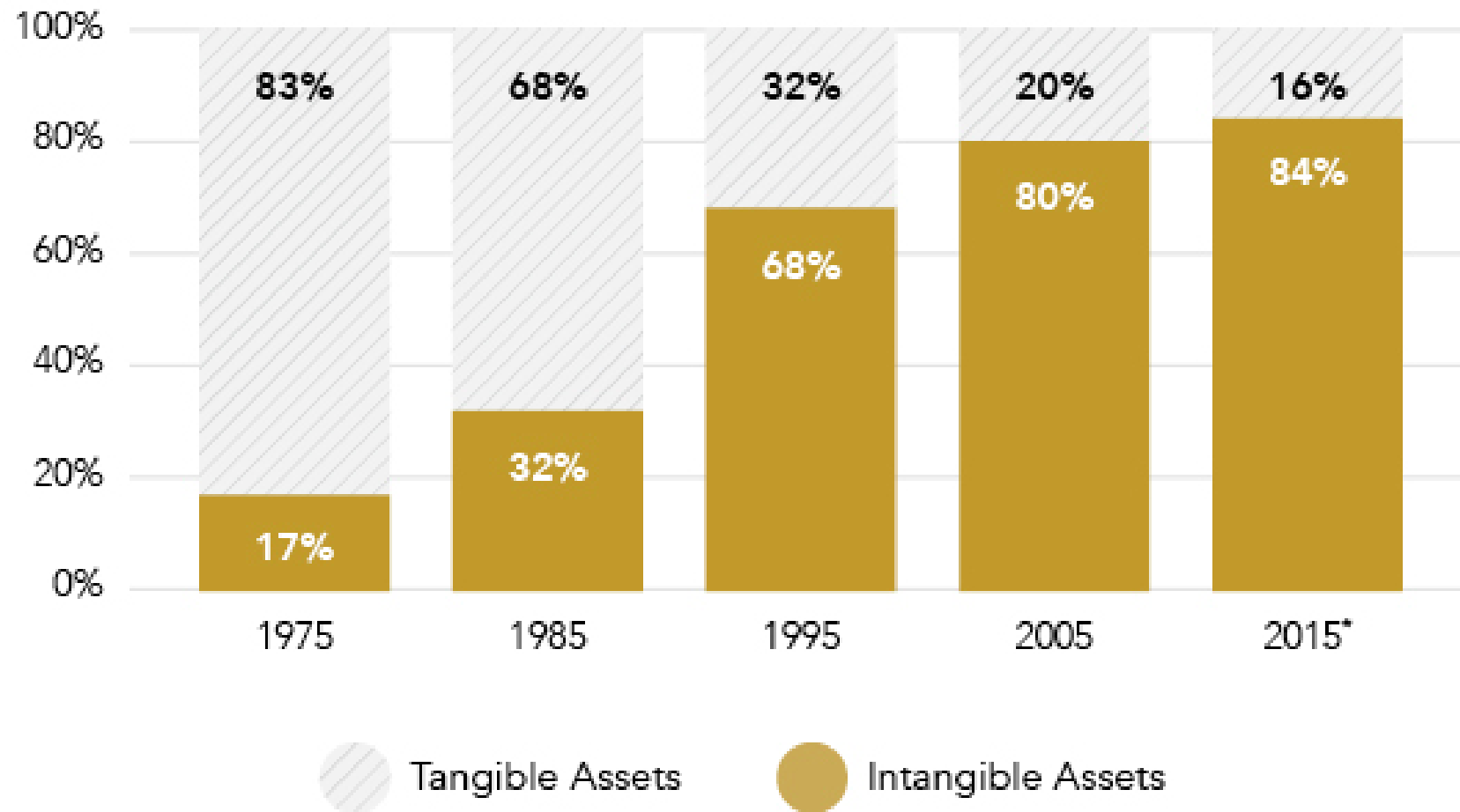
“Todo alto ejecutivo que haya conocido un par de fracasos por falta de comunicación comprende su verdadera importancia”

Indra Nooyi, ex presidenta Pepsico

“Se necesitan 20 años para
construir una reputación y cinco
minutos para arruinarla.
Si piensas en eso, harás
las cosas de manera diferente ”

Warren Buffett

COMPONENTS *of* S&P 500 MARKET VALUE



Capital reputacional

VALOR DE MARCA / VALOR REPUTACIONAL



Valor de marca:

\$66,341 millones de dólares

Capital Reputacional:

\$16,585 millones de dólares

Fuente: Interbrand

The Economist

The Economist llamó al riesgo reputacional:

“El riesgo de riesgos”

En 2017, varias encuestas importantes encontraron que los ejecutivos y las juntas directivas no solo clasificaron el riesgo reputacional como una de sus principales preocupaciones, sino como un riesgo estratégico, que podría tener un impacto dramático en sus negocios.

www.khamaleon.com

GESTIÓN DE RIESGO REPUTACIONAL vs. GESTIÓN DE CRISIS

ANTICIPAR / PLANEAR / EJECUTAR

GESTIÓN DE RIESGO REPUTACIONAL

www.khamaleon.com

GESTIÓN DE CRISIS

Se planea a largo plazo

Se ejecuta en corto plazo

Evalúa y estima qué asuntos pueden afectar o dañar la reputación corporativa (basada en probabilidad e impacto), antes de que esto suceda

No se tiene estimado el impacto en la reputación corporativa

www.khamaleon.com

Identifica qué atributos de la reputación deben abordarse para mitigar el problema.

Falta de control sobre el asunto o problema

Habilidad para manejar el asunto o problema a través de un plan estructurado y un sistema de gestión del riesgo reputacional.

Reacciones y sucesos sin control, potenciados por los medios y redes sociales

www.khamaleon.com

GESTIÓN DE RIESGO REPUTACIONAL

ANTICIPAR / PLANEAR



Escenarios de riesgo

www.khamaleon.com

- ✓ Vulnerabilidades
- ✓ Efectos del mercado
- ✓ Efectos de terceros
- ✓ Efectos internos



Entrenamiento

- ✓ Simulacros
- ✓ Vocería



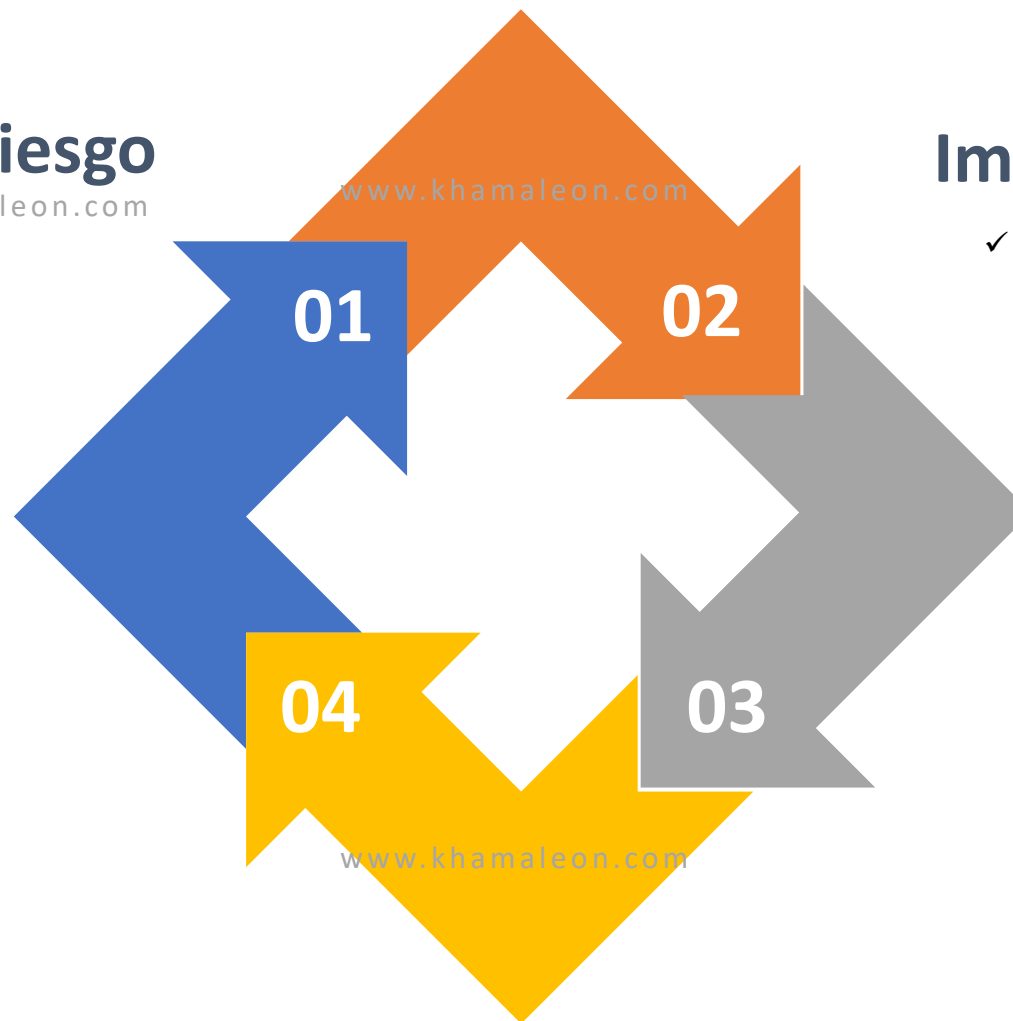
Impacto y probabilidad

- ✓ Matriz de riesgo reputacional



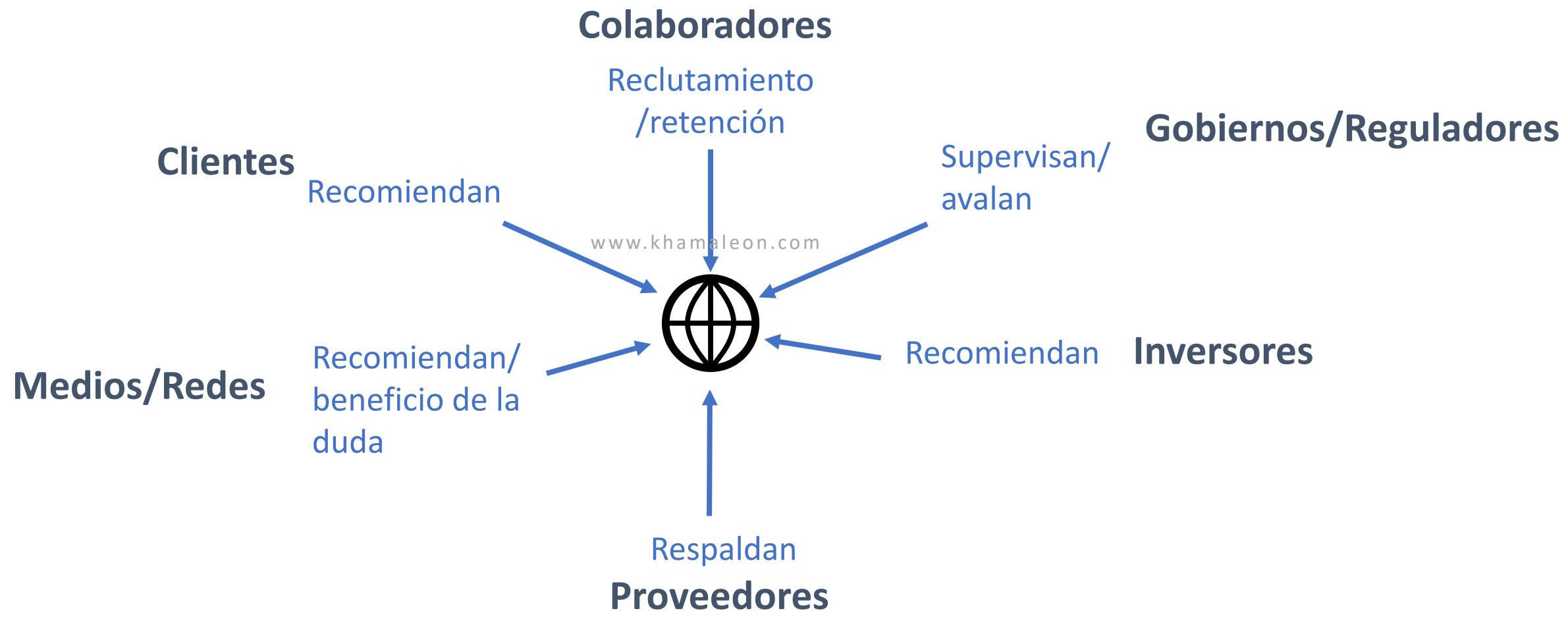
Plan de mitigación

- ✓ Plan de acción por escenarios
- ✓ Manual de crisis
- ✓ Políticas y procedimientos
- ✓ Plan de comunicación y relacionamiento



ECOSISTEMA EMPRESARIAL

ANTICIPAR / PLANEAR



MONITOREO DE SITUACIÓN

IMPACTO Y PROBABILIDAD

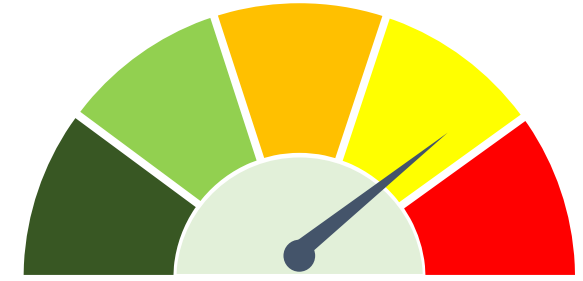
MIEDO



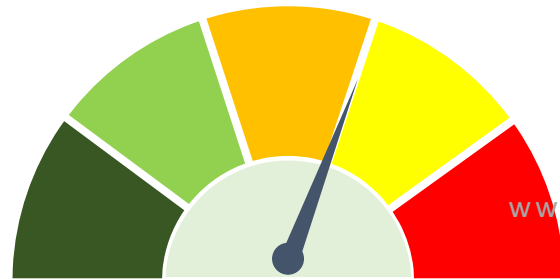
INCERTIDUMBRE



FAKE NEWS



REDES SOCIALES



MEDIOS TRADICIONALES



www.khamaleon.com

www.khamaleon.com

COMUNICACIÓN DE RIESGO



Riesgo –miedo:

El objetivo de la comunicación de riesgo es modificar un hábito o comportamiento.

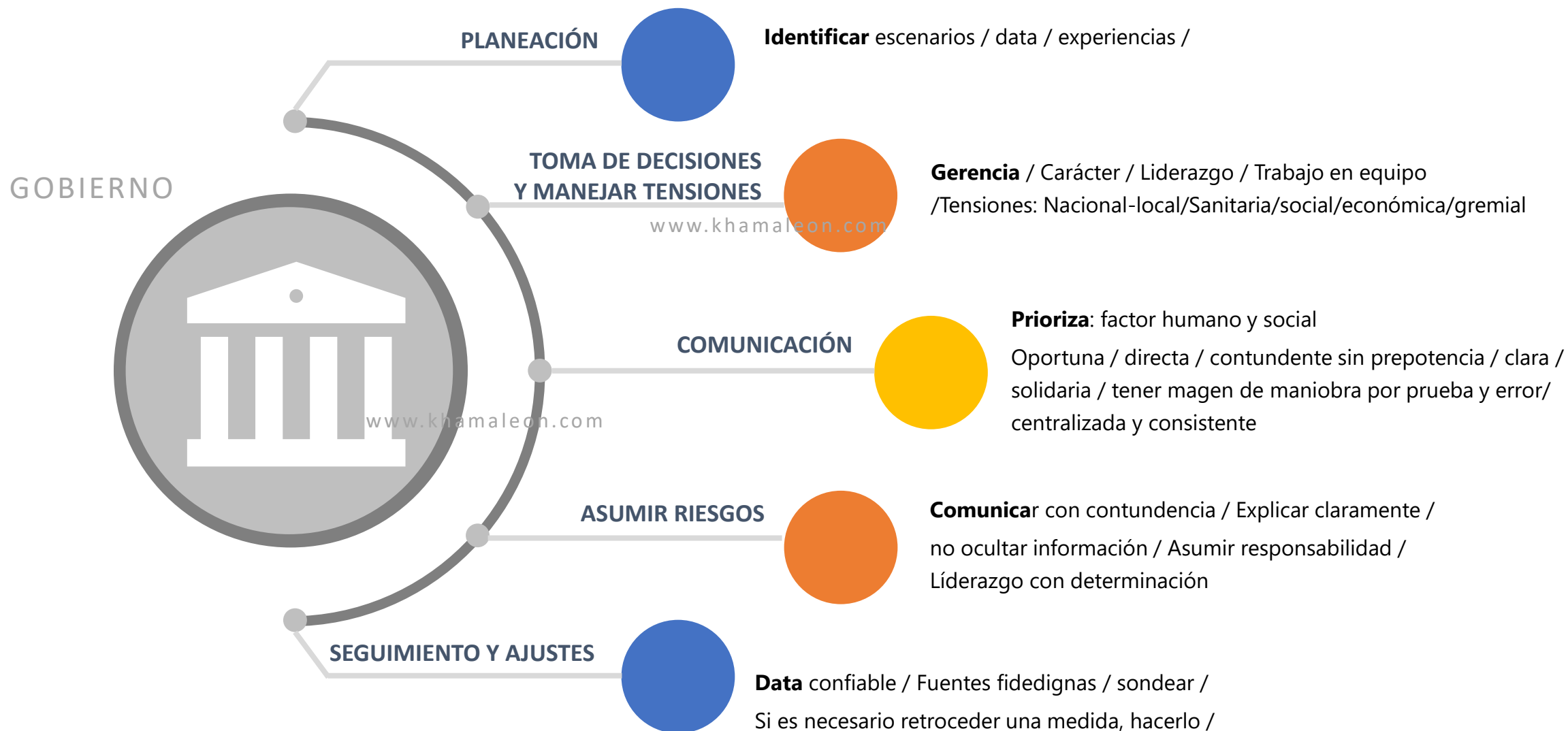


- Emotividad fatalista
- Polarización política
- Evocación a la guerra- conflicto
- La comunicación centrada en el líder y su aceptación, más que en los efectos del riesgo www.khamaleon.com
- Usar el “potencial” (decidiría, cerraría, dispondría) aumenta incertidumbres y las Fake News.
- Mentir
- Intuir
- Primero el negocio

- Sobriedad
- Certeza
- Empatía
- Asumir que esta comunicación no es rutinaria y debe estar centrada en los efectos en las personas
- Pensar complejo comunicar sencillo
- Liderazgo www.khamaleon.com
- Rapidez
- Sensibilidad ante dramas sociales
- Primero lo social – el factor humano

COMUNICACIÓN Y CRISIS

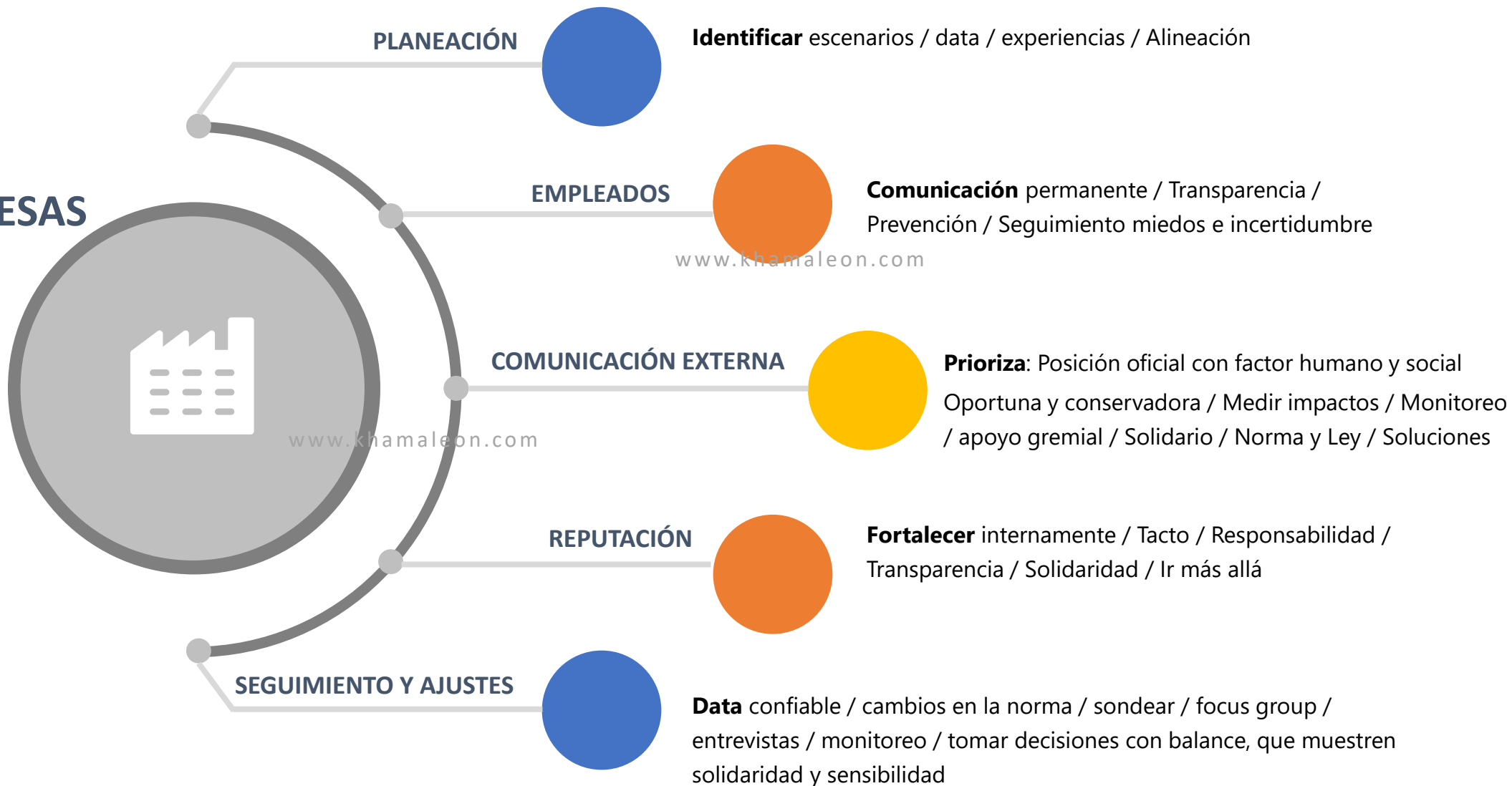
GOBIERNO NACIONAL / REGIONAL / LOCAL



COMUNICACIÓN Y CRISIS

PYME Y GRAN EMPRESA

EMPRESAS



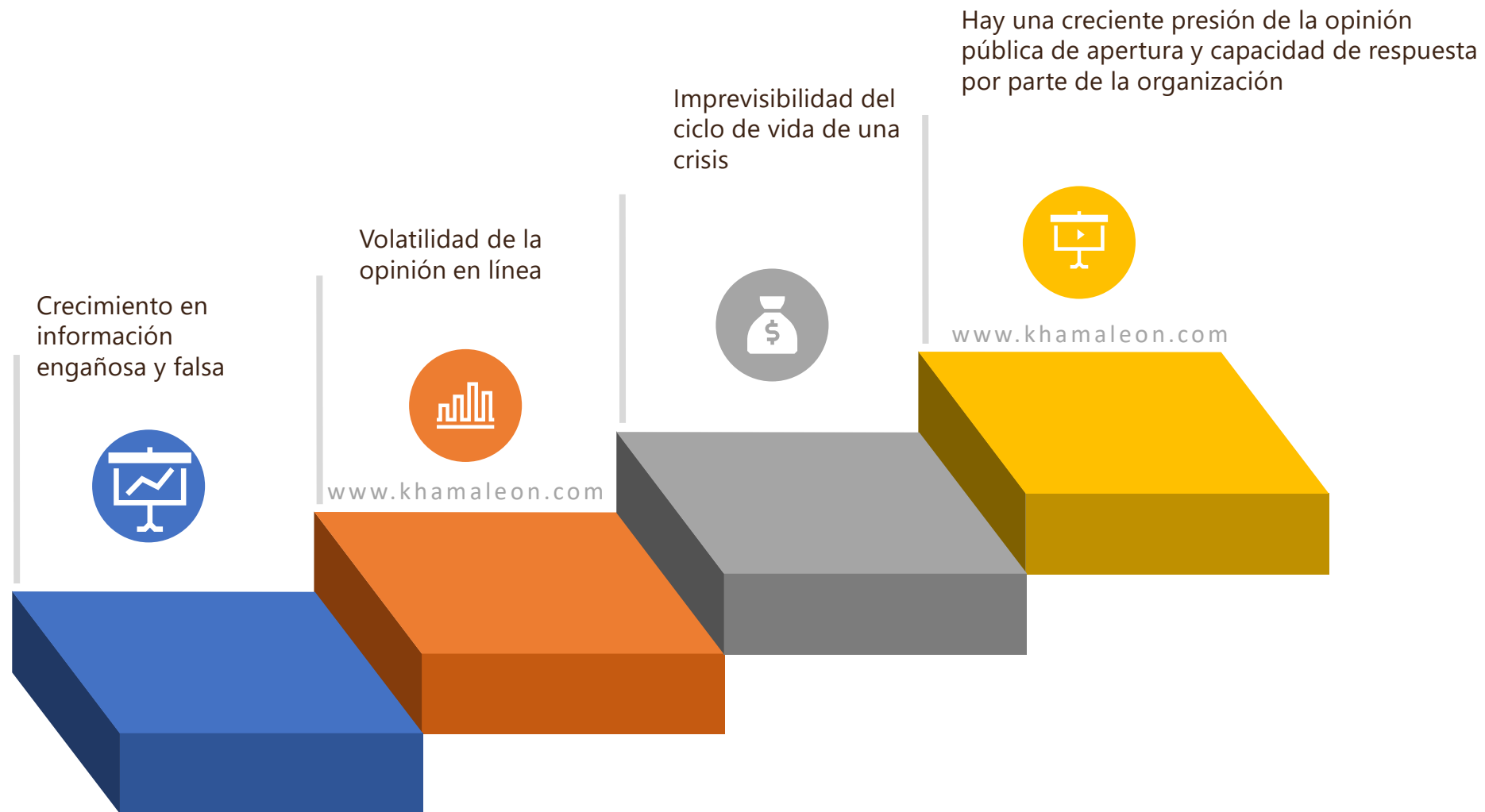
MEDIOS Y REDES SOCIALES

INMEDIATEZ / VOLATILIDAD / MANIPULACIÓN

RETO:

La velocidad con la que viajan las noticias y la información, ejerce más presión tanto en los problemas de seguimiento como en la velocidad de respuesta requerida

- Relevancia de los medios tradicionales
- Surgimiento de expertos.



FASES EPIDEMIOLÓGICAS / COMUNICACIÓN

RIESGOS Y CRISIS



GRACIAS POR SU ATENCIÓN PREGUNTAS

WWW.KHAMALEON.COM

