

A person's hands are clasped in prayer, with a red overlay containing text. The background is a blurred indoor setting.

*Karingana*

# **4 ETAPAS CRUCIAIS**

**Para vencer a crise  
de reputação**

## 4 ETAPAS CRUCIAIS PARA VENCER A CRISE DE REPUTAÇÃO

Com a revolução digital, as crises tornaram-se mais propensas e a rapidez de circulação de informações deixa os departamentos de comunicação preocupados em agir para mitigar os seus efeitos, já que a viralização pode manchar a reputação de marcas, personalidades e instituições.

É recomendável que a empresa tenha um plano de gestão de crises, que deverá prever vários cenários, riscos e preparar-se para mitigar os seus efeitos em caso da sua ocorrência.

Uma equipa bem treinada, dotada de ferramentas que monitorem a exposição na media tradicional e digital é o primeiro passo para extinguir a “fumaça” antes que o “fogo” ganhe campo.

E se a crise chegar, como deve a equipa de comunicação proceder?

A crise pode ter origem interna e externa, por isso, a compreensão clara dos factos é fundamental para obter sucesso na resolução. Na avaliação da crise, é preciso avaliar as consequências do facto que origina a crise e avaliar o seu impacto em cada um dos stakeholders.

Após o diagnóstico inicial, a equipa de gestão da crise deve elaborar uma comunicação objectiva, coerente e atempada. Uma resposta tardia ao cenário aumenta o risco do dano reputacional e perda de confiança no mercado.

4 ETAPAS CRUCIAIS  
PARA VENCER A CRISE  
DE REPUTAÇÃO

# COMO NÓS FAZEMOS A GESTÃO DE CRISE:

## PRAGMATISMO

Um posicionamento formal em forma de Comunicado ou Nota de Esclarecimento claro e directo.

A informação deve ser de fácil percepção, narrando devidamente os factos, optando sempre por textos curtos mas expositivos e que respondam as preocupações dos stakeholders, principalmente aos afectados pela crise.

## ASSUMA OS ERROS E PROPONHA SOLUÇÕES

A empatia é importante para ganhar voto de confiança da audiência, é preciso que a informação sublinhe a aceitação da culpa e EVITAR passar a responsabilidade para terceiros ou mesmo funcionários.

Nesta etapa a impessoalidade institucional deve proteger a imagem dos seus funcionários, já que não há certeza de que o cenário não possa ocorrer no futuro e com outros funcionários como personagens.

Em caso dos frequentes fakenews é importante emitir um desmentido e promover a sua circulação, afinal, já dis o ditado popular: “quem cala consente”.

O documento de posicionamento, deve propor as formas de reposição de danos e sempre que necessário, uma nota de actualização deve ser emitida.

O departamento de comunicação deve agir com dados sistematizados, por isso um serviço de clipping deve ser assegurado pois facilmente terá a percepção do que a audiência tem recebido sobre o tema. A nossa solução de clipping oferece informação de todo o sector de actividade.

**4 ETAPAS CRUCIAIS  
PARA VENCER A CRISE  
DE REPUTAÇÃO**

---

# COMO NÓS FAZEMOS A GESTÃO DE CRISE:

## O PAPEL DO PORTA-VOZ E INFLUENCIADORES

O porta-voz e influenciadores são parte importante na gestão da crise e a sua participação no Comitê de gestão de crises é importante para que o posicionamento definido seja implementado, já que são eles que irão colocar em marcha as acções, que podem ser: Conferências de imprensa, entrevistas, debates, briefings, reuniões de partes interessadas, Nota de esclarecimento, conforme a gravidade da situação.

É importante ter um serviço de assessoria de imprensa, já que a agência tem mais contacto com jornalistas e pode facilmente influenciar os editoriais, ajudando assim a ultrapassar o cenário. A nossa agência possui um contacto com mais de 250 jornalistas, o que nos torna relevantes neste processo.

## 4 ETAPAS CRUCIAIS PARA VENCER A CRISE DE REPUTAÇÃO

---

## O TOM

A crise afecta directamente uma personalidade, marca ou instituição e durante a sua mitigação, a comunicação deve ser formal, assertiva e com texto simples.

Na oratória, o semblante deve ser característico para situação, evitando humor, sarcasmo. O vestuário deve ser apropriado e em situação de emergência, deve transparecer essa resposta. É importante que o compromisso e transparência da empresa seja notável no mercado.

Aparentemente, a gestão de crise parece fácil mas a sua execução e a tensão do momento é necessária para ultrapassar o cenário. Quanto mais rápida for a implementação, maior será a possibilidade de obter simpatia do público.

Ao contratar o nosso serviço, poderá obter um plano de comunicação e um guião de gestão de crise.



## 4 ETAPAS CRUCIAIS PARA VENCER A CRISE DE REPUTAÇÃO

---

### **Este conteúdo foi útil para si?**

Partilha, e garanta que mais pessoas e empresas tenham a mesma experiência transformadora.

Para mais informações,  
contacte pela linha de atendimento:

**+258 82 807 8520**

**+258 84 135 1350**

**WWW.KARINGANA.CO.MZ**

**KARINGANA@KARINGANA.CO.MZ**

---

**CLICK ON THE LINKS BELOW  
TO VIEW MORE**

**PORTFOLIO**

**WEBSITE**