

SZAKMAI AJÁNLÁS

A koronavírussal kapcsolatos
válságkommunikációs és
krízismenedzsment-tevékenységre



MAGYAR
PUBLIC
RELATIONS
SZÖVETSÉG

AZ MPRSZ KRÍZISKOMMUNIKÁCIÓS TAGOZATÁ- NAK SZAKMAI AJÁNLÁSA A KORONAVÍRUSSAL KAPCSOLATOS VÁLSÁGKOMMUNIKÁCIÓS ÉS KRÍZISMENEDZSMENT-TEVÉKENYSÉGRE VONATKOZÓAN

Magyarország Kormánya rendkívüli jogrendet hirdetett, veszélyhelyzet elrendeléséről döntött március 11-i ülésén. A Magyar Public Relations Szövetség Kríziskommunikációs Tagozatában dolgozó szakemberek felelősséget érezve a koronavírus-járvány kapcsán kialakult pandémiás helyzet kezelésében, a hazai szervezetek kommunikációjával és menedzsmentjével kapcsolatban az alábbi ajánlást teszik közzé és javasolják megfontolásra cégvezetők, vállalati kommunikációs specialisták számára.

1. Általános szervezeterányítási és belső kommunikációra vonatkozó javaslatok

- 1.1. Javasoljuk, hogy minden vállalat készítsen átfogó pandémiás intézkedési tervet, melyben világosan rögzítésre kerülnek a járvány terjedésének időszakára vonatkozó átmeneti szabályok, prevenciók rendelkezések. A pandémiás terv tartalmazza a központi tájékoztatásra, a személyi higiénia, az egészségvédelemre, a munkavállalók kül- és belföldi üzleti utazásaira, a partnerekkel való kapcsolattartásra, valamint a belső kommunikációra vonatkozó, minden dolgozó számára kötelezően betartandó intézkedéseket.
- 1.2. Javasoljuk, hogy a szervezet vezetősége a munkatársak nyilvánossága előtt kötelezze el magát a prevenció és infekciókontroll fontossága, valamint a dolgozók biztonságának védelme mellett és személyesen hívja fel a figyelmet az összehangolt pandémiás intézkedési terv betartásának jelentőségére! Ennek formája lehet online videó vagy egy felsővezetői aláírással hitelesített körlevél a dolgozóknak, amiben a cég menedzsmentje nyomatékosítja minden érintett számára, hogy annak érdekében, hogy hazánk sikerrel tudja elkerülni a tömeges megbetegedéseket, kötelező betartania mindenkinek a megfelelő higiéniai és kapcsolattartási szabályokat. A cég vezetősége követelje meg dolgozóitól a hatóságokkal való együttműködést, különös tekintettel egy esetleges karantén fenntartására.
- 1.3. A hatékony krízisprevenció érdekében a gazdasági szempontok tudatos háttérbe szorításával minden munkahely bejáratánál, valamint központ helységeiben legyenek elérhetőek maszkok, kézfertőtlenítők, továbbá - lehetőség szerint - a vállalatok vezetése széles spektrumú multivitamin koncentrátumok szétosztását kezdeményezzék közvetlenül a munkavállalók számára.
- 1.4. Minden munkahely tegye lehetővé a gyengélkedők, tömegközlekedéssel utazók, veszélyeztetett célcsoportok (pl. idősebb munkavállalók, kisgyermekes szülők) otthonmaradását! A vezetőség a hatékony távmunkát szélessávú internet hozzáféréssel, telefon előfizetéssel,

a belső hálózatok biztonságos használatával, valamint az online térben történő hatékony munkaszervezéssel, adminisztrációval és kommunikációval biztosítsa. E speciális és ideiglenes működési formáról elengedhetetlen a partnereket, beszállítókat és egyéb érdekzadákat teljes körűen tájékoztatni!

- 1.5.** A szervezet összes hivatalos kommunikációs felületén, - lehetőleg megkülönböztető formátumba és stílusba illesztve - tegye elérhetővé a koronavírussal kapcsolatos központi információkat (kórokozó, terjedés módja, lappangási idő, tünetek, regisztrált betegek száma, stb.), melynek hitelességét fokozott figyelemmel ellenőrizték. A vírussal kapcsolatos hírfolyamot célszerű meghatározott időközönként frissíteni, valamint felhívni a munkatársak figyelmét, hogy a [koronavirus.gov.hu](https://www.koronavirus.gov.hu) portálon széles körben tudnak tájékozódni a járvány terjedésével kapcsolatban.
- 1.6.** A kialakult krízishelyzet szükségessé, a rendelkezésre álló technológiai eszközök pedig lehetővé teszik azt, hogy a munkavállalók elsősorban a digitális térben tartsák a kapcsolatot egymással. Az azonnali és hiteles tájékoztatás a hagyományos email-kapcsolaton kívül történhet például üzenetküldő alkalmazások bevonásával. Hosszabb távollét esetén a videókapcsolat létesítése nagyban javíthatja a kommunikáció közvetlenségét, személyességét és javíthatja az ügymenet hatékonyságát. Javasoljuk Skype for Business, Zoom, Webex, Asana, SaaS és egyéb CRM rendszerek, valamint Google for Business programok használatát szakmai egyeztetésre, munkaszervezésre és a cég szervereihez, szolgáltatásaihoz való távoli hozzáférés biztosítására. A céges belső hálózat és erőforrások elérése érdekében elengedhetetlen, hogy megbízhatóan működő Virutális Magán Hálózat, vagyis VPN-rendszer legyen kiépítve, az adatok tárolásakor pedig fontos nyomatékosítani, hogy a dolgozók kizárólag csak a vállalat saját és megfelelően biztonságos felhőszolgáltatásait használhatják.
- 1.7.** A pandémiás helyzetben még intenzívebben használt digitális csatornákra történő áttérés csak és kizárólag akkor valósulhat meg, ha a vállalat vezetése meggyőződött arról, hogy a munkavállalók megfelelően elsajátították a szükséges programok ismeretét. A távmunkában dolgozók számára elengedhetetlen egyértelművé tenni a digitális térben történő munkavégzés és kommunikáció veszélyeit, illetve szabályait; amennyiben pedig erre még nem került sor, úgy a cég központilag biztosítson minden munkavállaló számára belső online képzéseket.
- 1.8.** A megváltozott munkakörülmények, fokozott hardver-használat miatt bármely technológiai eszköz (VPN, OneDrive, DropBox, SharePoint) meghibásodhat. Éppen ezért a vállalatok belső kommunikációs szakembereinek kulcsfontosságú feladata, hogy minden munkavállalóhoz eljuttassák, hogy ilyenkor mi a szükséges teendő, valamint hogy a munkaidő egésze alatt hagyományos telefonos szakmai segítséget, ellenőrzési lehetőséget biztosítsanak.
- 1.9.** Tisztelettel kérjük a hazai vállalatokat, hogy a járvány időszakában is tartsák be a GDPR adatvédelmi előírásait és a munkatársaik személyiségi jogait tiszteletben tartva szervezzék a cég központi kommunikációját.

2. Személyi higiénia, egészségvédelemre vonatkozó javaslatok

Nyomatékosan javasoljuk, hogy minden vállalat fontolja meg az alábbi krízisprevenációs intézkedések azonnali hatályú bevezetését:

- 2.1. Munkavégzés közben kötelező a védőfelszerelés (például maszk) viselése. A szájmazsokot, gumikesztyűket, prevencióhoz elengedhetetlen vitaminokat a vállalatok saját költségvetésből fedezik, biztosítják nagy darabszámban és pótolják.
- 2.2. Egységesen, mindenféle különbségtételi szempont érvényesítése nélkül határozatlan időre az összes munkahelyi rendezvény, céges tréning, nagy létszámú személyes megbeszélés elhalasztásra kerül.
- 2.3. Minden, az üzem / irodaház területére belépő személy köteles fertőtleníteni a kezét a portán kihelyezett kézfertőtlenítő helyeken, valamint aláírni egy felelősségvállaló nyilatkozatot azzal kapcsolatban, hogy nem tartózkodott külföldön az elmúlt időszakban és tudta szerint nem érintkezett koronavírusos beteggel.
- 2.4. A kézfogás, testi kontaktus teljességgel kerülendő, személyes találkozó alkalmával lehetőség szerint minimum 1 méter távolság tartandó!
- 2.5. A közösségi helyiségekben, illetve azon helyiségekben, ahol jelentős számban fordulnak meg külső partnerek (például porta, pénzügyi osztály, pénztár, raktár, labor, büfé stb.), napi többszöri takarítást, fertőtlenítést, ablakon keresztüli szellőztetést célszerű biztosítani!
- 2.6. A vállalatvezetés követelje meg az üzem / irodaház területén tartózkodók napi többszöri alapos kézmosását, kézfertőtlenítését, fokozott higiéniai elővigyázatosságát. Köhögés, tüsszentés esetén minden esetben zsebkendőt tartson a szája elé, amelyet használat után dobjon ki a kijelölt szemétyűjtőbe. Ezen intézkedések és szabályok támogatására építsen belső kommunikációs kampányt is.
- 2.7. A cégek megemelt nyitvatartási idővel és létszámban biztosítsanak munkaidőben mindenki számára elérhető, megfelelően felkészült üzemorvost és felszerelt átmeneti rendelőt az adott vállalat összes telephelyén.
- 2.8. Köhögés, láz esetén a munkavállaló maradjon otthon és maradéktalanul értesítse házi-orvosát! Minden dolgozó haladéktalanul köteles tájékoztatni munkáltatóját, amennyiben környezetében koronavírussal fertőzött megbetegedés történik, vagy hatósági házi karantént rendelnek el! Minden munkavállaló haladéktalanul köteles bejelenteni, ha ő vagy közvetlen családtagja külföldre kíván utazni vagy onnan érkezik haza. Azok a dolgozók, akik koronavírussal fertőzött, vagy olyan régióban jártak, amely karantén alá vont terület, visszaérkezésük után 14 napig kerüljenek házi karanténba.

3. Külső partnerekkel történő kapcsolattartásra vonatkozó javaslatok

- 3.1. Belépéskor minden külső partnernek kötelező egészségügyi nyilatkozatot kitölteni és azt aláírásával hitelesíteni, melynek hiányában senki nem léphet be a vállalat területére. Mindenki, aki belép az üzem területére, csak azon a helyen tartózkodhat, ami jövetelének elsődleges célja. Minden külső partner csak a cég munkavállalójának kíséretében léphet be az üzem/ irodaház területére.
- 3.2. A koronavírus-járvány idejére célszerű felfüggeszteni minden külföldi üzleti utat, továbbképzéseken, konferenciákon, oktatásokon való részvételt, valamint a pusztán protokolláris látogatásokat, partnertalálkozókat is.
- 3.3. A külső partnerekkel történő személyes kapcsolattartás kizárólag arra korlátozódjon, amit az adott munkakör jellege indokol (például hatósági ellenőrzések, karbantartási munkák, áruszállítás, rendszerkiépítés, stb.). Minden más kapcsolattartás és ügyintézés telefonon, elektronikus levelezés formájában történjen.
- 3.4. A távmunkából nem végezhető munkakörökben dolgozók, - például áruszállítók, csomagküldő futárok, postások, takarítószemélyzet tagjai - kizárólag ott tartózkodjanak és kizárólag annyi időre, ami feladatuk elvégzéséhez feltétlenül szükséges. A csomagküldő fuvarozók, ételkiszállítók látogatását célszerű korlátozni és minimálisra szorítani.
- 3.5. A fuvarozást végző vállalkozásoknak célszerű folyamatosan frissített nyilatkozatot kiadni arról, hogy a szállítást végző sofőr az elmúlt 14 napban járt-e olyan régióban, amely koronavírussal fertőzött vagy karantén alá vont terület.
- 3.6. Az üzletmenet hatékonyságának és folyamatosságának biztosítása érdekében a cég külső partnereinek és beszállítóinak megnyugtatása, rendszeres tájékoztatása, problémáik felmérése elengedhetetlen. Mivel a 21. század üzleti és szervezeti kultúrája a közvetlen emberi kapcsolatokra épül, így a kialakult válsághelyzetben a külső kommunikáció legfontosabb feladata a korábban kiépített bizalom megtartása. Most, hogy a szociális kapcsolatokat át kell terelni a digitális térbe, a vállalatvezetőknek célszerű mihamarabb olyan technológiai, munkaszervezési és kommunikációs megoldást keresni, amelynek használata az együttműködő partnerek számára komfortos és elfogadható.

4. Válságkommunikációra és krízismenedzsmentre vonatkozó javaslatok

- 4.1. Javasoljuk, hogy minden cégnél legyen egy naprakész, rendszeres időközönként egyeztető válságstáb, - kvázi céges "operatív törzs", - aki a helyzet részletes ismeretének fényében azonnali hatállyal tud döntéseket hozni és intézkedéseket bevezetni. A kommunikációs vezető és a vállalat legfőbb döntéshozója mellett célszerű, hogy a válságstáb tagja legyen az üzemorvos, IT szakemberek, valamint egy HR-es és egy munkajogász, aki tudja például, hogy milyen juttatások járnak önkéntes, illetve kötelező karantén esetére, valamint, hogy pontosan mit lehet elvárni egy dolgozótól, adott esetben pedig mire kötelezhető.
- 4.2. Érdemes kríziskommunikációs tervet kidolgozni, amelyben szabályzásra kerül a vállalat hatóságokkal és médiával való kommunikációja. A terv tartalmazza a főbb nyilatkozási és magatartási szabályokat is, például, hogy ki nyilatkozhat és miről, illetve, hogy mely munkakörökben dolgozók kötelesek elzárkózni a nyilvános megszólalástól.

- 4.3. Javasoljuk, hogy a vállalatvezetők allokáljanak jól elkülönített büdztét az összehangolt pandémiás intézkedési terv gyakorlati implementálása, a veszélyeztetett dologozói csoportok támogatása, a szükséges prevenciós eszközök beszerzése, az általános tűz, katasztrófa és polgárvédelmi ismeretek átadása, valamint a szóvivők, kommunikációs szakemberek és menedzserek képzése érdekében.
- 4.4. Mivel krízishelyzetben kiemelten fontos az átláthatóság, ezért érdemes előre tervezetten, meghatározott ütemterv mentén, a cég összes hivatalos felületén összehangoltan és következetesen kommunikálni mind a munkavállalókkal, mind a külső érdekgazdai csoportokkal.
- 4.5. A hivatalos vállalati kommunikáció során kiemelten fontos megnyugtatóra és az objektivitásra való törekvés, valamint a tényszerű közlés. Az álhírek, spekulációk, félrevezető információk terjedésének megakadályozása érdekében elengedhetetlen kerülni a pánikkeltő, érzelemgazdag megfogalmazásokat.
- 4.6. Különösen fontosnak tartjuk, hogy összefogjon az ország, éppen ezért tisztelettel kérjük a cégvezetőket, hogy osszák meg a prevencióval, munkaszervezéssel kapcsolatban bevezetett legjobb vállalati gyakorlataikat a sajtón és közösségi médián keresztül! Felkérjük a szervezeteket, hogy mutassanak példát a felelősségvállalásban; oktatófilmek, társadalmi célú reklámok, dolgozói kezdeményezések támogatásával népszerűsítsék a személyes higiénit, média- és egészségtudatosságot fejlesztő, valamint járványprevenció üzeneteket!
- 4.7. Végezetül felhívjuk a figyelmet, hogy jelen helyzetben különösen fontos, hogy felkészült, etikus szakemberek irányítsák a kommunikációs, szervezetfejlesztési és folyamatoptimalizálási feladatokat; olyanok, akik elkötelezettek az emberek egészségnek védelme, a fenntartható fejlődés és társadalmi felelősségvállalás mellett.

A szakmai ajánlást a Magyar Public Relations Szövetségben dolgozó, évtizedes piaci tapasztalatokkal rendelkező vállalati kommunikációs, marketing és menedzsment tanácsadók észrevételei alapján készítette **Dr. Pintér Dániel Gergő**, a Media 2.0 Communications alapítója és az **MPRSZ Kríziskommunikációs Tagozatának elnöke**, valamint **Vas Dóra**, a Mátix PR kríziskommunikációs szaktanácsadója és az **MPRSZ Etikai Bizottságának elnöke**.

2020. március 16. Budapest

A Magyar Public Relations Szövetség Kríziskommunikációs Tagozata

A tagozat célja, hogy a hazai válságmenedzserek és PR szakértők számára olyan mértékadó fórumot teremtsen, ahol a kapcsolatépítés mellett lehetőség nyílik az aktuális trendek megvitatására, a legjobb nemzetközi gyakorlatok átültetésére, valamint piaci és kutatási projektek kidolgozására is. A tagozat további feladata, hogy iránymutatásokkal, hivatalos állásfoglalásokkal és módszertanfejlesztő javaslatokkal járuljon hozzá a terület magas színvonalú képviseletéhez; az MPRSZ által szervezett konferenciák és a szövetség gondozásában megjelent kiadványok pedig a kríziskommunikációs szakma társadalmi elismertségének növelését célozzák.

Magyar Public Relations Szövetség (MPRSZ)

A magyarországi PR szakma érdekképviseleti, szakmafejlesztő és szolgáltató szerve.

A szövetség 1990-ben alakult, közel 100 tagja között szabadúszók, ügynökségi munkatársak, vállalati kommunikációs csapatok, valamint egyetemi oktatók és társadalomkutatók is megtalálhatók.

Az MPRSZ a PR-szakemberek érdekvédelmét nemzetközi szinten ellátó, a közönségkapcsolati munka elismertségének növelésén munkálkodó szervezet.

Tagjai és elnöksége kiállnak a fenntartható fejlődés, az üzleti etika és a társadalmi felelősségvállalás fontossága mellett, tevékenységük során pedig törekednek rá, hogy az együttműködésre törekvő, transzparens kommunikáció a versenypiaci gyakorlatban is megvalósuljon. Az MPRSZ határozottan fellép az ezeket az irányelveket korlátozó intézkedések ellen és szakmai rendezvényekkel, állásfoglalásokkal, képzésekkel, illetve kiadványokkal támogatja a Public Relations területe iránt érdeklődők fejlődését.

Az MPRSZ szakmai munkáját tagozatok (Employer Branding-, Kríziskommunikációs-, Digitális-, és Public Affairs tagozat), valamint Etikai Bizottság segíti.

A szövetség a PR Excellence Hungary és az Employer Branding Award elnevezésű nívós szakmai elismerések hivatalos odaítélője.

Az MPRSZ az International Communication Consultancy Organisation (ICCO) tagja, valamint stratégiai partnere a Chartered Institute of Public Relations (CIPR) és az International PR Association (IPRA) szervezeteknek is.

Szerkesztők:

Dr Pintér Dániel Gergő, Vas Dóra

<http://www.mprsz.hu/kriziskommunikacios-tagozat/>

Kiadja: Magyar Public Relations Szövetség

Elnök: Sztaniszláv András



www.mprsz.hu
www.facebook.com/mprsz
www.linkedin.com/company/hupra