



## e-Marketer – szkolenie

### Moduł BM04: Zarządzanie relacjami i ryzykiem

#### Ćwiczenie: studium przypadku

Jako menedżer ds. marketingu cyfrowego firmy cukierniczej „Sugarland” jesteś odpowiedzialny za całość komunikacji ze społecznością i PR w mediach cyfrowych. Pewnego dnia test produktu przeprowadzony przez niezależne czasopismo z dziedziny ekologii wykazuje ślady substancji, która spożywana w dużych ilościach może wywoływać raka. Prasa i media internetowe uważają to za skandal, ponieważ chodzi tu o zdrowie niewinnych dzieci, które jedzą Wasze słodycze. Twojej organizacji zarzuca się nieodpowiedzialne zachowanie, skupianie się na zyskach i niedbanie o zdrowie tak delikatnych klientów, jakimi są dzieci. Z dnia na dzień sprzedaż spada niemal do zera. Co więcej, Twoja firma musi wycofać ogromne ilości słodyczy z supermarketów, ponieważ nie jest pewne, która partia produktów została zanieczyszczona szkodliwą substancją.

Twoim zadaniem jako menedżera ds. marketingu cyfrowego jest pomóc firmie wyjść z sytuacji kryzysowej i zadbać o komunikację z interesariuszami.

W tym celu:

- 1) Oceń sytuację i określ główne zagrożenia / ryzyka i konsekwencje kryzysu dla całej organizacji.
- 2) Zidentyfikuj kluczowych interesariuszy organizacji i zdecyduj, które relacje mogą ucierpieć z powodu kryzysu i w jaki sposób.
- 3) Opracuj strategię zarządzania kryzysem, określ i opisz:
  - a) kroki, które musisz podjąć przed kryzysem, w jego trakcie i po nim;
  - b) zadania komunikacyjne / działania, które musisz podjąć, aby odbudować relacje z interesariuszami;
  - c) przekaz, jaki chcesz, żeby otrzymali klienci.