Moscow Business School

Антикризисные коммуникации и пиар (PR) в новых условиях

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 2 дня

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 14.01.2027

Место проведения: Ленинский проспект, д. 38А, город Москва

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Блок 1. Диагностика: где на самом деле живут риски

До того как тушить пожар, нужно понять, где он может вспыхнуть. Большинство кризисов не приходят извне — они вырастают из внутренних слепых зон.

- Репутационная устойчивость: что это такое и от чего она зависит
- Карта рисков: как найти свои слабые места до того, как их найдут конкуренты
- Человеческий фактор как главный источник кризисов (и как его просчитать)
- Разбор кейсов: где компания не заметила очевидного

Результат: участники видят свои реальные зоны уязвимости, а не абстрактные «риски из интернета»

Блок 2. Подготовка: антикризисная платформа

Кризис — не время для творчества. В кризисе вы не придумываете, а достаете заготовки. Этот блок про то, что должно быть готово до того, как грянуло.

- Антикризисное досье: какие документы, факты и формулировки должны лежать в папке всегда
- Ключевые сообщения под разные сценарии (не 100 страниц, а 3–5 работающих тезисов)
- Матрица стейкхолдеров: кому, когда и что говорить (сотрудники, клиенты, партнеры, СМИ, регуляторы)
- Скорость vs точность: почему молчание иногда хуже, чем неидеальный ответ

Результат: участники уходят с чек-листом готовности и пониманием, что именно они должны подготовить уже завтра.

Блок 3. Коммуникация в остром кризисе : что делать, когда ничего не работает

Когда все горит, включаются другие законы. Здесь важна не красота речи, а попадание в психологию тех, кто слушает.

- Первые 2–4 часа: что делать, пока ситуация не ушла в разнос и как устроена экскалация кризисов
- Тон и интонация: как говорить, чтобы сохранить доверие (даже если вы виноваты)
- Работа с эмоциями: почему люди не верят фактам, когда им страшно
- Ошибка «эксперта»: когда попытка все объяснить делает только хуже
- Аутентичность в кризисе: почему фальшь убивает репутацию быстрее, чем сам кризис

Результат: участники знают алгоритм действий в первые часы и понимают, как строить коммуникацию, не теряя лица.

Блок 4. Работа с медиа и внешними каналами

СМИ в кризисе — это не враги и не друзья. Это инструмент, который либо работает на вас, либо против вас. Третьего не дано.

- Что говорить журналистам, когда они звонят (и можно ли вообще не говорить)
- Как превратить агрессивный запрос в возможность донести свою позицию
- Комментарий, который не выдернут из контекста: техники безопасных формулировок
- Соцсети в кризисе: где генерируется паника и как с этим работать
- Блогеры и лидеры мнений: как минимизировать ущерб, если они включились
- Человеческий фактор - уловки и неожиданности, как подготовить эксперта

Результат: участники отрабатывают навык безопасного общения с журналистами и понимают логику работы внешних каналов в кризис.

Блок 5. Выход из кризиса и работа с последствиями

Кризис заканчивается не тогда, когда перестали писать, а когда восстановлено доверие. Это отдельная стратегия, о которой часто забывают.

- Посткризисная коммуникация: как вернуться в поле без надрыва
- Работа с репутационными потерями: что делать, если доверие упало
- Анализ ошибок: разбор того, что сработало, а что нет (без самобичевания, с выводами)
- Усиление платформы: как сделать так, чтобы следующий кризис был менее болезненным

Результат: участники понимают, что кризис — это не точка, а этап, и знают, как из него выходить с минимальными потерями.

День 2

Блок 6. Диагностика: определяем, где вы сейчас

Прежде чем прокладывать маршрут, нужно понять точку А. В этом блоке мы честно смотрим на текущую ситуацию.

- Аудит текущих коммуникаций: что говорит ваш бренд на самом деле (даже если вы думаете иначе)
- Карта аутентичности: где ваш настоящий голос, а где вы надеваете чужие маски
- Репутационная устойчивость: насколько вы защищены от шума и кризисов
- Человеческий фактор в коммуникациях: почему ваши сообщения не попадают в аудиторию

Результат: участники видят реальную картину своих коммуникаций — без прикрас и самообмана.

Блок 7. Фундамент: коммуникационная платформа как опора

В шуме нельзя импровизировать. Нужна опора, к которой вы возвращаетесь, когда все вокруг меняется.

- Что такое настоящая коммуникационная платформа (не документ для полки, а рабочий инструмент)
- Как найти свои ключевые сообщения, которые не придется менять каждый сезон
- Доказательная база: чем подтверждать слова, чтобы не быть голословным
- Зоны риска: где ваши слабые места и как с ними работать до того, как их найдут конкуренты

Результат: Участники уходят с пониманием, как строить платформу, которая держит удар и не рассыпается при первом кризисе.

Блок 8. Навигация: как двигаться в НОВОМ поле, не теряя себя

Это про выбор каналов, форматов и интонаций. Как не размениваться на все подряд, а идти точечно и точно.

- Карта каналов: где действительно ваша аудитория (а где вы просто тратите бюджет)
- Аутентичность vs тренды: когда стоит впрыгивать в повестку, а когда — промолчать
- Интонация бренда: как найти свой голос и не срываться на чужие
- Работа с лидерами мнений и партнерами: как усиливать себя, а не растворяться в чужих смыслах
- Работа в коммуникационном поле во времена блокировок: риски и возможность

Результат: Участники понимают, по каким принципам выбирать каналы и форматы, чтобы не распыляться и не терять фокус.

Блок 9. Инструменты: пресс-папки, спикеры, контент

Теория теорией, но работать нужно руками. Этот блок — про конкретные инструменты, которые экономят время и нервы.

- Пресс-папка компании: что в ней действительно должно быть (и чего там быть не должно)
- Безопасные формулировки: как говорить о сложном, чтобы вас не поняли превратно

Результат: участники получают готовые шаблоны и чек-листы, которые можно использовать сразу после тренинга.

Блок 10. Бонус: Инструменты профайлинга для эффективных коммуникаций