

Kamu idarelerinde ve kurumsal organizasyonlarda algı yönetimi; sadece olumlu haberler servis etmek değil, kriz anlarında kamuoyunun güvenini sarsmayacak stratejik adımları atabilmektir. Hazırlıksız yakalanan krizler, tutarsız medya açıklamaları ve yönetilemeyen dezenformasyon süreçleri, kurumun hesap verebilirliğini ve saygınlığını doğrudan zedelemektedir.

Kurumunuzun stratejik iletişim ve kriz yönetimi süreçleri aşağıdaki kurumsal standartlara ne ölçüde uyum sağlıyor?

1. KRİZ ANLARINDA İLETİŞİM BOŞLUĞU VE DEZENFORMASYON

- **Kontrol Sorusu:** Kurumunuz, olası bir kriz anında (afet, kaza, idari soruşturma vb.) ilk 24 saat içinde kamuoyunu doğru bilgilendirecek, onaylanmış bir "Kriz İletişim Planı"na ve yetkilendirilmiş bir kriz masasına sahip mi?
- **Uzman Tavsiyesi:** Kriz anlarında idarenin sessiz kalması veya çelişkili açıklamalar yapması, bilgi boşluğu yaratır. Bu boşluk, sosyal medyada ve basında hızla dezenformasyon (yalan haber) ile doldurulur. Kriz iletişimi standartları, idarenin şeffaf, empatik ve kanıta dayalı ilk açıklamayı hızla yapmasını gerektirir. Önceden senaryolaştırılmamış krizler, kurumsal itibarın en büyük tehdididir.

2. MEDYA İLİŞKİLERİNDE STRATEJİK HATALAR VE İTİBAR KAYBI

- **Kontrol Sorusu:** Kurum sözcüleriniz veya üst yöneticileriniz, basın mensuplarıyla yapılan mülakatlarda veya basın toplantılarında, kurumun ana mesajlarını (key messages) kontrol altında tutabiliyor ve zorlu soruları stratejik olarak yönetebiliyor mu?
- **Uzman Tavsiyesi:** Medya ilişkileri doğaçlama yürütülemez. Hazırlıksız çıkılan basın toplantıları veya gazetecilerle kurulan profesyonellik dışı ilişkiler, kurumun mesajlarının çarpıtılmasına yol açar. Kurum sözcülerinin medya eğitimi almış olması, mesaj mimarisini doğru kurgulaması ve kurumun resmi duruşunu tutarlılıkla yansıtmaması, kurumsal imajın korunması için kritik öneme sahiptir.

3. DİJİTAL AYAK İZİ VE SOSYAL MEDYA KRİZLERİ

- **Kontrol Sorusu:** Kurumunuzun sosyal medya hesapları, sadece duyuru panosu olarak mı kullanılıyor, yoksa vatandaşlardan/paydaşlardan gelen tepkileri anlık olarak analiz eden bir "sosyal dinleme (social listening)" stratejisiyle mi yönetiliyor?
- **Uzman Tavsiyesi:** Günümüzde krizlerin büyük çoğunluğu dijital platformlarda başlamakta ve büyümektedir. Sosyal medyada başlayan bir tepki dalgasına (linç girişimine) geç veya yanlış tonda yanıt vermek, krizi derinleştirir. Dijital itibar yönetimi, kurumun online mecralardaki algısını sürekli ölçmeyi ve hedef kitleye uygun, kurumsal kimlikle örtüşen bir dijital dil kullanmayı zorunlu kılar.

KURUMSAL İTİBARI VE İLETİŞİM SÜREÇLERİNİ STANDARTLARA UYGUN ŞEKİLDE GELİŞTİRMEK

Eğer yukarıdaki kritik sorulara tereddütsüz ve modern iletişim ilkelerine uygun net cevaplar veremiyorsanız, kurumunuzun itibarı ve kamuoyu güveni risk altındadır. Bu süreçleri kriz anlarında değil, uzmanlardan proaktif olarak öğrenmek zorundasınız. İletişim stratejilerinizi kurumsal standartlara uygun yönetmek ve kurumunuza özel eğitim planlaması yapmak için Vizyonder Algı Yönetimi ve Kurumsal İtibar Eğitimi programına hemen başvurun.

VIZYONDER EĞİTİM DANIŞMANLIK VE TEKNOLOJİ A.Ş.

İSTANBUL	: Meşrutiyet Mahallesi, Kodaman Sokak, Bahar Apartmanı No:6 Daire:7 Nişantaşı - Şişli / İSTANBUL
ANTALYA	: Etiler Mah. Evliya Çelebi Cad. No:23 /106 Muratpaşa / Antalya
MERSİS NO	: 0925131571200001
İLETİŞİM	: 0.212 232 2016
GSM	: 0.545 335 2016
Eposta	: bilgi@vizyonder.org.tr
TİCARET SİCİL NO	: 142629
KURUMLAR V.D.:	: 9251315712
Faks:	: 0.850 811 2016
	: 0.545 332 2016