Seminar
PR

27. Oktober 2010 | Frankfurt/ Main · Sheraton Congress Hotel Frankfurt | **Preis:** 450 Euro zzgl. MwSt. .
5. - 6. Mai 2011 | Düsseldorf · Courtyard by Marriott Seestern | **Preis:** 850 Euro zzgl. MwSt.

Teilnehmerzahl: 6 - 14

Beschreibung

Eine Flut von Medienanfragen, überraschte, entsetzte oder gar schockierte Mitarbeiter, die Unternehmensführung in Aufruhr. Der Krisenfall ist da! Nun steht die Glaubwürdigkeit des Unternehmens, seiner Manager und der Marke mit ihren Kernwerten auf dem Spiel. Eine heikle Situation, die operativ und kommunikativ bewältigt werden muss. Die Zuständigkeit und das Vertrauen in das unternehmerische Handeln werden in Frage gestellt. Da ist entscheidend, schnell zum Mitgestalter des Geschehens zu werden, aus der bloßen Reaktion auf die Krisensituation so schnell wie möglich herauszufinden. Im Seminar lernen Sie unter Anleitung eines erfahrenen Praktikers und Trainers, wie Sie sich auf Stunde X vorbereiten und wie Sie im Fall der Fälle zielgerichtet agieren.

Inhalt

Änderungen vorbehalten!

eintägig:
9.00 – 17.00 Uhr, inkl. 2 Pausen à 30 Min. + 1 Pause à 60 Min.
zweitägig:
1. Tag: 10.00 – 18.00 Uhr, inkl. 2 Pausen à 30 Min. + 1 Pause à 60 Min.
2. Tag: 9.00 – 17.00 Uhr, inkl. 2 Pausen à 30 Min. + 1 Pause à 60 Min.

Ruhe vor dem Sturm
- Was macht Krisen aus?
- Auslöser und Aufhänger, Verarbeitung
- Sensoren und Stimmungen/ Krisenprävention
- Krisenradar und Themenmanagement
- Risikoabschätzung
- Antizipative Strategien
- Pläne und Handbücher für Krisenszenarien

Die akute Krisenphase
- D-Day – wie rasch sind Sie handlungsfähig?
- Wie werden wir wahrgenommen? Die ersten Stunden entscheiden
- Senden unter Druck! Inhalte der Krisen-PR in der akuten Phase
- Der „Industrie-Irrtum", eine öffentliche Sachdiskussion zu führen
- Was Medien wirklich wollen! Verantwortliche zwischen Botschaft, Quote und Unterhaltungswert
- Notfallstatement, Erstmeldung oder wegducken? – Senden oder schweigen?

Nach der Krise ist vor der Krise
- Stärken und Schwächen und Struktur und Verantwortlichkeiten? Alarm-, Melde- und Kommunikationswege?
- Evaluation von Krisen-PR. Was taugten Botschaften und Handbücher?
- Wie reagierten Sie auf kommunikatives Störfeuer? Sind Ihre Schutzschilde intakt?

Teilnehmerstimme:
„Sehr hilfreich, viele praktische Beispiele und Übungen, hätte auch über zwei Tage viel Spaß gemacht mit diesem hervorragenden Trainer!"
Marita Schöps, ProSieben Sat.1 Produktion GmbH

Trainer

Jörg-Michael Junginger (➝ S. 6)

Methodik

Teilnehmererfahrungen und praktische Themen aus dem Teilnehmerumfeld stehen bei der Gruppenarbeit im Vordergrund. Basis des Seminars bilden praxisbezogene Einführungsreferate. Ergänzt werden diese durch Fallstudien, Ad-hoc-Monologe, Lerndialoge, Interviews, Gruppenarbeit und Rollentausch.

Zielgruppe

Das Seminar ist geeignet für Mitglieder der Unternehmens- und Geschäftsleitung, Pressesprecher und Kommunikationschefs sowie Mitarbeiter in Presse- und PR-Stäben von Unternehmen, Verbänden, Institutionen und Agenturen.

Workshop Krisen PR Oktober 2009

Anmeldung

FAX: +49(0)30 47 98 98 00

scm, Weichselstraße 6, 10247 Berlin | www.scmonline.de

■ PR und allgemeine Kommunikation (PR)

1. Agenda Setting erfolgreich umsetzen: Strategisches Themen- und Issues-Management
   - ○ 27. Oktober 2010 | Frankfurt | Preis: 450 Euro
   - ○ 12. Mai 2011 | Frankfurt | Preis: 450 Euro
2. Corporate Media 2.0: Wie das Internet die Unternehmenskommunikation verändert
   - ○ 26. November 2010 | Düsseldorf | Preis: 450 Euro
   - ○ 15. April 2011 | Düsseldorf | Preis: 450 Euro
3. Effektive Pressearbeit
   - ○ 14. – 15. Oktober 2010 | Düsseldorf | Preis: 650 Euro
   - ○ 19. – 20. Mai 2011 | Düsseldorf | Preis: 650 Euro
4. Grundlagen und Strategien der Social Media
   - ○ 4. – 6. November 2010 | Düsseldorf | Preis: 900 Euro
   - ○ 5. – 7. Mai 2011 | Düsseldorf | Preis: 900 Euro
5. Krisen-PR – Kontroversen, Konflikte, Krisen
   - ○ 27. Oktober 2010 | Frankfurt | Preis: 450 Euro
   - ○ 5. – 6. Mai 2011 | Düsseldorf | Preis: 850 Euro
6. PR und Recht
   - ○ 12. November 2010 | Düsseldorf | Preis: 450 Euro
   - ○ 13. Mai 2011 | Frankfurt | Preis: 450 Euro
7. Professionelle PR-Konzepte
   - ○ 9. – 10. November 2010 | Berlin | Preis: 910 Euro
   - ○ 6. – 7. Juni 2011 | Berlin | Preis: 910 Euro
8. Reden schreiben
   - ○ 28. Oktober 2010 | Frankfurt | Preis: 450 Euro
   - ○ 13. Mai 2011 | Frankfurt | Preis: 450 Euro
9. Rhetorik im Medienumgang
   - ○ 27. Oktober 2010 | Frankfurt | Preis: 450 Euro
   - ○ 23. – 24. Mai 2011 | Düsseldorf | Preis: 910 Euro
10. Schreiben für Onlinemedien
    - ○ 5. November 2010 | Düsseldorf | Preis: 450 Euro
    - ○ 20. Juni 2011 | Düsseldorf | Preis: 450 Euro
11. Schreibtraining für PR-Profis – Journalistisches Schreiben in Unternehmen
    - ○ 21. – 22. Oktober 2010 | Düsseldorf | Preis: 850 Euro
    - ○ 2. – 3. Dezember 2010 | München | Preis: 850 Euro
    - ○ 11. – 12. April 2011 | Düsseldorf | Preis: 850 Euro
    - ○ 16. – 17. Juni 2011 | München | Preis: 850 Euro
12. Social Media in der Praxis und die optimale Nutzung
    - ○ 2. – 4. Dezember 2010 | Düsseldorf | Preis: 900 Euro
    - ○ 16. – 18. Juni 2011 | Düsseldorf | Preis: 900 Euro
13. Storytelling
    - ○ 18. – 19. November 2010 | München | Preis: 850 Euro
    - ○ 19. – 20. Mai 2011 | München | Preis: 850 Euro
14. Vertriebsunterstützende PR
    - ○ 12. November 2010 | Düssseldorf | Preis: 450 Euro
    - ○ 20. Mai 2011 | Düsseldorf | Preis: 450 Euro

■ Interne Kommunikation (IK)

1. Den Change Prozess erfolgreich treiben
   - ○ 12. November 2010 | Düsseldorf | Preis: 450 Euro
2. Interne Kommunikation im Schleudergang
   - ○ 12. November 2010 | Düsseldorf | Preis: 450 Euro
3. Interne Kommunikation im Überblick: Grundlagen, Strategien und Konzepte (1. Modul)
   - ○ 30. September – 2. Oktober 2010 | Frankfurt | Preis: 820 Euro
   - ○ 17. – 19. März 2011 | Düsseldorf | Preis: 820 Euro
4. Interne Kommunikationsinstrumente (2. Modul)
   - ○ 28. – 30. Oktober 2010 | Frankfurt | Preis: 820 Euro
   - ○ 7. – 9. April 2011 | Düsseldorf | Preis: 820 Euro
5. Intranet und Social Media in der Internen Kommunikation
   - ○ 12. November 2010 | Düsseldorf | Preis: 450 Euro
6. Schnittstellen und Erfolgskontrolle der Internen Kommunikation (3. Modul)
   - ○ 28. – 30. Oktober 2010 | Frankfurt | Preis: 820 Euro
   - ○ 19. – 21. Mai 2011 | Düsseldorf | Preis: 820 Euro

Ich melde mich zu folgendem Seminar bzw. Intensivkurs an* und akzeptiere die AGB:

○ Bitte senden Sie mir den kostenlosen scm-Newsletter.

○ Bitte senden Sie mir Info-Material.

Hinweis:
Alle Veranstaltungspreise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer. Rabatte für Frühbucher und Mitglieder ausgewählter Fachverbände AGB → S. 50.

Ihre Daten

Name | Vorname

Titel

Firma | Institution

Funktion | Abteilung

Straße | Postfach

PLZ | Ort

Telefon | Telefax | E-Mail

Ort | Datum | Unterschrift

Bitte wenden! →