Barcelona School of Tourism, Hospitality and Gastronomy

PROTOCOL GESTIÓ DE CRISI

Social Media 2020

Manresa, maig de 2020 | Marta Pérez

#WeAreCETT

Protocol de gestió de crisi a les xarxes socials

- 01. Objectius
- 02. Procediment
- 03. Com hem de respondre

01. Objectius

Les xarxes socials són canals de comunicació de la marca, així doncs, quan rebem una queixa o una crítica a través d'aquests, ja sigui un comentari o una publicació on ens etiqueten, s'ha de gestionar immediatament per assolir els següents objectius:

1. Donar resposta immediatament per aconseguir frenar en el mínim de temps possible una possible crisi a les xarxes socials: que aquesta crítica no en generi d'altres noves per part d'altres usuaris o del mateix en aquest canal o altres canals de la marca.
2. Si es genera una crisi, donar resposta a tots els usuaris en el mínim de temps possible per frenar la generació de més comentaris i/o post amb crítiques per part d'altres usuaris o del mateix en aquest canal o altres canals de la marca.

02. Protocol

Per gestionar la crisi de forma òptima haurem de seguir diversos passos essencials:

1. Fer captures dels comentaris i/o posts negatius rebuts. Revisar l'abast dels danys fent un repàs a les altres xarxes socials per saber si han rebut també crítiques en la mateixa línia.

2. Mitjançant el correu electrònic, enviar les captures juntament amb una explicació a les persones de la organització que ens poden ajudar a respondre'ls correctament amb arguments vàlids i sòlids. Sempre posant en còpia als caps i directors de departament involucrats i a la directora i la responsable de Màrqueting i Comunicació.

3. Un cop tenim l'argumentari, llegir detingudament cada una de les crítiques i redactar les respostes en un document a part per evitar possibles errades.

4. Respondre el més ràpid possible i de forma cronològica a tots els usuaris. Sempre en el mateix canal que ha fet servir cada un d'ells, ja sigui públic o privat. Sempre tenim l'opció de donar una resposta breu de forma pública, per a que quedi visible que es dona resposta, i convidar a l'usuari a parlar per missatge privat.

5. Fer un seguiment durant les properes 24 h – 48 h. Si rebem més crítiques, gestionar-les de la forma més ràpida possible.

6. Fer un recull de tota la gestió en un document i enviar-lo per correu electrònic a la directora i a la responsable de Màrqueting i Comunicació, perquè puguin analitzar-lo i derivar-lo a les persones pertinents de l'organització amb l'objectiu de valorar i estudiar possibles millores i, si és necessari, donar també resposta per altres canals als usuaris.

03. Com hem de respondre

-Respondre de la forma més educada i professional possible. La resposta serà visible per a tothom i representa la marca CETT. Cal tenir en compte que el to de les respostes ha d'anar de la mà del model de gestió i de l'enfocament de negoci i del nostre públic objectiu.

- Evitar que es repeteixin sovint les mateixes rèpliques i que se segueixin models de resposta arquetípiques.

- Donar una resposta a cada comentari de manera individual i tant personalitzada com sigui possible. Cal fer referència als mateixos aspectes concrets que l'usuari comenta i evitar contestacions massa genèriques.

- Quan un alumne destaca aspectes tant positius com negatius, sempre hem de fer referència, en algun moment, als comentaris més desfavorables, tot i que no cal enumerar-los un a un. Agrair els comentaris positius i no mencionar les crítiques pot donar una mala imatge.

- Agrair a l'usuari (ja sigui alumne, *alumni*, client/professional, empreses i institucions, equip CETT o altres grups d'interès) pel seu nom i amb respecte, encara que la crítica negativa sigui agressiva. Donar les gràcies pel temps que han dedicat a donar-nos aquest feedback. Aquesta acció pot mitigar els efectes de la mala crítica als ulls d'altres potencials usuaris. És important no posar-se a la defensiva, convé ser diplomàtic i professional. D'altra banda, si es tracta de comentaris molt negatius, cal començar la resposta directament demanant disculpes.

- Hem de pensar que per alguna raó no s'han complert les expectatives d'aquesta persona, la qual cosa és decebedora per a tothom. Cal expressar empatia en saber que la seva experiència no va satisfer les expectatives desitjades (generades).

03. Com hem de respondre

Crítica per la manca d'un servei o la deficiència d'aquest al nostre centre:

-Sempre s'ha de mostrar una voluntat de millora. Cal anar més enllà de demanar disculpes pels inconvenients, sigui proposant solucions concretes o mostrant la nostra predisposició a prendre mesures per millorar.

Queixes específiques:

És una oportunitat per explicar a futurs alumnes i clients, *alumni*, empreses i institucions, equip CETT o altres grups d'interès, com hem resolt determinats problemes i demostrar que els comentaris dels nostres públics són importants per a nosaltres.

- Ressaltar els canvis que s'han realitzat o tenim intenció de fer:

1. Descriure els passos que s'han portat a terme per aplegar tota la informació sobre l'incident i quines han estat les mesures correctores aplicades.

2. Donar l'oportunitat de prendre la conversa *offline* i així evitar més conflictes en públic, convidant la persona insatisfeta a posar-se en contacte per missatge privat, o per altres vies amb la direcció o la persona responsable del departament objecte de la queixa.

3. Quan un usuari escriu un comentari negatiu fins i tot després d'haver fet tot el possible perquè no ho fes, el següent objectiu és el control de danys. És imprescindible demostrar al públic que hem fet tot el possible per resoldre el problema.

4. Mai publicar cap compensació que pugui crear un precedent.

Gràcies

MARTA PÉREZ
Social media manager
marta.perez@cett.cat

cett.es