

III – 7. Komuniciranje sa unutrašnjom javnošću

- dugo je bilo neopravdano zapostavljeno
- kompleksno i značajno

zasposleni u jednoj organizaciji i njeni predstavnici koji situaciju objašnjavaju svojim rođacima prijateljima ne smeju informacije o krizi u svojoj organizaciji saznati prvo iz medija, oni su „ambasadori kompanije“.

treba da budu upoznati i sa politikom kompanije, a u slučaju kontakta sa novinarima treba im savetovati da se za sva pitanja obrate službi za odnose sa javnošću, odnosno portparolu. jačanje osećanja pripadnosti organizaciji i stvaranje osećaja "zajedničkog problema".

dodatne mogućnosti komunikacije kao što su

- obaveštenja na oglasnoj tabli,
- Intranet,
- cirkularna pisma,
- "telefonsko drvo" itsl.

Saopštenja za štampu treba im staviti na uvid pre objavljivanja, a ukoliko je moguće za njih treba organizovati posebne brifinge na kojima mogu da postavljaju pitanja.

Ako su radnici ozleđeni ili na neki drugi način oštećeni, informacije se moraju proslediti porodicama i one se moraju obavestiti o svemu što je rukovodstvo organizacije preduzelo. Ukoliko je radnik izgubio život ta informacija se ne sme preneti telefonom, već je saopštava pripadnik policije ukoliko je moguće u pratnji predstavnika organizacije, obično višeg menadžera. Mnoga preduzeća imaju spiskove radnika u kojima su pored imena radnika navedeni i kontakt podaci lica koja treba obavestiti u slučaju nesreće. Ovi spiskovi se povremeno ažuriraju.