

Stefano Calicchio

*Piccola guida per autori al Crisis
Management*

***Come gestire opinioni negative e critiche mantenendo
alta la reputazione del proprio libro***

Piccola guida per autori al Crisis Management

Copyright © 2007 Stefano Calicchio
tutti i diritti riservati

SOMMARIO

La comunicazione e la gestione delle crisi.....	7
Di cosa stiamo parlando esattamente?.....	9
L'importante della gestione di una crisi.....	11
Cos'è la crisi	13
La crisi ha un costo?.....	15
Ridefiniamo la parola crisi!.....	16
Un modello per gestire le crisi	18
Dove dirigere l'attenzione	22
Alcuni falsi miti sul crisis management.....	25
Un interessante caso di studio.....	27
E dopo?	37
Conclusioni	39

La comunicazione e la gestione delle crisi

“La capacità di prevenire o superare le situazioni di crisi non s’improvvisa, ma è frutto di una sistematica attività di analisi e programmazione, che richiede un impegno costante”
(Invernizzi, 2002)

Avete scritto il vostro libro, lo avete pubblicato su Lulu e promosso secondo i migliori principi del marketing editoriale. Cominciano ad arrivare le vendite e le recensioni sul vostro store on line. Aprite la vostra pagina di vendita e... eccola lì, una recensione negativa in bella vista vi rovina la giornata. “*E’ un’ingiustizia!*” pensate tra di voi, vi sale la rabbia e rispondete con animosità al vostro recensore. Cosa fare ora?

Ben presto il tutto si trasforma in un botta e risposta interminabile, diventa una battaglia personale e vi rimane addosso il nervosismo per quel che è accaduto.

Ma se ci fosse un modo diverso di affrontare la cosa, un modo non solo per gestire al meglio la situazione, ma anche per spronarvi a sfruttare l’accaduto per migliorare ulteriormente le vendite?

Questa piccola guida nasce proprio per questo, per aiutare gli autori a prevenire eventi difficili e per sostenerli nel

caso si verificassero. L'idea di fondo è la stessa presente anche nel manuale *Promuovere il proprio libro on line*: per chi affronta una pubblicazione usando il print - on - demand la parte più difficile non viene nel momento di scrivere, ma nel momento di promuovere e gestire l'immagine del proprio libro nel tempo, in modo da aumentarne la popolarità e la reputazione.

Proprio per questo, pur essendo il *crisis management* un servizio specialistico delle relazioni pubbliche, si avvale di diversi strumenti ed iniziative appartenenti alle tre principali categorie della comunicazione professionale: la comunicazione esterna, il marketing e le relazioni pubbliche.

Se quello che cercate è quindi uno strumento che vi sia d'aiuto nella gestione della reputazione del vostro libro, approcciate questa guida con fiducia. Ricordandovi nel frattempo che questo è il primo testo del genere in Italia, e che difficilmente reperirete in rete informazioni di questo genere con facilità.

Non ne resterete delusi.

Di cosa stiamo parlando esattamente?

Prendendo la definizione dai libri specialistici possiamo affermare che:

La comunicazione in stato di crisi può essere definita come quel servizio specialistico delle relazioni pubbliche che si occupa di definire, progettare e attuare un piano di azione volto a superare uno stato di crisi in cui un autore può trovarsi coinvolto.

Si tratta di assolvere una funzione vitale per l'autore, ovvero di proteggere e rafforzare la propria reputazione ed il proprio ruolo.

Non che sia necessario chissà quale travolgente evento traumatico per far scaturire situazioni difficili. Quando si parla di crisi nelle grandi organizzazioni aziendali si pensa subito ad eventi catastrofici o travolgenti, per esempio all'aereo che precipita od al grave danno ambientale. In realtà, anche un solo articolo sfavorevole, se firmato da un giornalista noto e riportato in un quotidiano nazionale, può creare serie difficoltà ad un'organizzazione. Lo stesso discorso può essere trasferito nel contesto di un'opera letteraria. Nessun autore può infatti considerarsi immune

dal rischio di una recensione negativa o di un evento di difficile e complessa soluzione. Vedremo quindi in questo piccolo manuale il processo attraverso il quale una crisi si forma, e come affrontarla per gestirla nel miglior modo possibile.

Scarica la versione completa del libro

su www.calmail.it