

Чеклист управления репутационными рисками

40 вопросов · 5 блоков · 30 минут на самодиагностику

Репутационный кризис может уничтожить годы работы за дни. В цифровую эпоху пост в соцсетях набирает миллионный охват за часы, а опровержение — 1% от оригинала. Проактивное управление репутацией — задача совета директоров, а не только PR-отдела.

Для кого

- Председатели и члены советов директоров
- Директора по корпоративным коммуникациям и PR
- Руководители службы управления рисками
- CEO и собственники компаний

Что внутри

- 40 вопросов по 5 блокам: мониторинг, кризисная готовность, стейкхолдеры, превентивные меры, восстановление
- Шкала оценки: 4 уровня от «отличная готовность» до «высокий риск»
- Каждый блок можно оценить отдельно — сразу видны слабые зоны

Как пользоваться

- Прочитайте утверждение — поставьте галочку, если выполнено
- Подсчитайте баллы по каждому блоку и итога
- Сверьте с интерпретацией на последней странице

1. Мониторинг и раннее обнаружение

- Настроен мониторинг упоминаний компании в СМИ и соцсетях
- Определены ключевые метрики репутации (NPS, тональность, индекс доверия)
- Есть регулярный отчёт о репутационном фоне для руководства
- Мониторятся действия конкурентов и отраслевые тренды
- Настроены алерты на негативные упоминания (email, Telegram)
- Ведётся реестр репутационных инцидентов с анализом причин
- Проводятся опросы ключевых стейкхолдеров (клиенты, партнёры, сотрудники)
- Есть карта репутационных рисков с оценкой вероятности и ущерба

2. Кризисная готовность

- Существует утверждённый антикризисный план коммуникаций
- Определена кризисная команда (состав, роли, контакты)
- Есть сценарии реагирования на типичные кризисы
- Проводились кризисные симуляции за последние 12 месяцев
- Определены спикеры для СМИ (основной и запасной)
- Есть шаблоны пресс-релизов для типичных кризисных ситуаций
- Время реакции на кризис — менее 2 часов (есть SLA)
- СД информируется о кризисах по утверждённому протоколу

3. Стейкхолдер-менеджмент

- Составлена карта ключевых стейкхолдеров с оценкой влияния
- Ведётся регулярная коммуникация с ключевыми аудиториями
- Есть программа работы с лидерами мнений и экспертами
- Настроена обратная связь от клиентов (опросы, отзывы)
- Партнёры и поставщики информированы о стандартах компании
- Проводятся мероприятия для укрепления отношений
- Есть программа внутренних коммуникаций (сотрудники-амбассадоры)
- Определены «красные линии» для каждой группы стейкхолдеров

4. Превентивные меры

- Действует кодекс корпоративной этики, известный всем сотрудникам
- Есть политика в отношении социальных сетей для сотрудников
- Проводится обучение топ-менеджмента медиаподготовке
- ESG-повестка интегрирована в стратегию компании

- Качество продуктов/услуг регулярно контролируется
- Есть система выявления и эскалации этических проблем (hotline)
- Проводится due diligence партнёров на репутационные риски
- Репутационные риски включены в общую карту рисков компании

5. Восстановление и извлечение уроков

- После каждого инцидента проводится post-mortem анализ
- Результаты анализа используются для обновления планов
- Есть метрики восстановления репутации после кризиса
- Проводится оценка финансового ущерба от инцидентов
- Обновляются сценарии реагирования на основе новых угроз
- СД получает годовой отчёт о репутационных рисках
- Бюджет на управление репутацией выделяется отдельной строкой
- Есть долгосрочная стратегия укрепления репутации

ИТОГО:

_____ / 40

Интерпретация результатов

35-40 баллов Отличная готовность. Система зрелая.

25-34 баллов Хорошая база. Есть зоны для усиления.

15-24 баллов Значительные пробелы. Нужна системная работа.

< 15 баллов Высокий риск. Требуется срочное построение системы.

Нужна помощь с управлением репутационными рисками?

- Аудит репутационных рисков — 2 недели, структурированный отчёт
- Разработка антикризисного плана коммуникаций под ключ
- Кризисная симуляция для совета директоров и топ-менеджмента
- Первая консультация (30 мин) — бесплатно. info@hr-s.ru | +7 917 290-10-09