

Případová studie - PetFood

Téma: externí PR specialista, konzultant – klient PetFood, s.r.o.

Situace: Jako nezávislý PR specialista, konzultant, jste kontaktován jednatelem společnosti PetFood, s.r.o.. Společnost PetFood patří k předním domácím i evropským výrobcům potravy pro domácí zvířata, zejména psy, kočky, křečky, králíky a morčata. Společnost na trhu podniká od roku 1992 a dosud se těší důvěře a velké spokojenosti svých zákazníků, chovatelů.

Koncem minulého týdne se na společnost PetFood obrátilo několik veterinárních lékařů a majitelů domácích zvířat z několika míst ČR. Jejich domácí mazlíčci (jedná se výhradně o psy a kočky), byli dle názoru veterinárních lékařů s největší pravděpodobností otráveni jídlem. Protože registrovaných případů s podobnými příznaky a průběhem otravy je nadprůměrné množství, lze vyloučit náhodný kontakt zvířete s kontaminovanou potravou. Všechna otrávená zvířata měla ovšem jedno společné. Krátce před začátkem tělesného strádání požíla zvířecí konzervy firmy PetFood. Dosud neoficiální výsledky laboratorních testů takové podezření veterinářů potvrdily. Na základě předběžného, interního šetření ve firmě bylo zjištěno, že jeden ze zaměstnanců hrubě porušil pracovní předpisy a mohl tak způsobit kontaminaci výrobků. Konkrétně se jednalo o několik stovek kusů oblíbené kočičí konzervy (tuto rádi konzumují i někteří psi). Nemáte informace, že by zvířata následkem otravy zemřela, ale několik kočičích šampiónů (chovných, výstavních kocourů) má vážně a dost možná trvale poškozené zdraví. Pro chov a soutěžní účely jsou tak velmi pravděpodobně neperspektivní.

Celá kauza velmi poškozuje pověst a podnikání společnosti PetFood. Poškození majitelé domácích zvířat hodlají společnost žalovat. Současně rozhořčeně kontaktovali zejména bulvární média, které jejich příběh velmi zaujal. Majitelé společnosti PetFood hledají cestu, jak z celé kauzy vyjít, a to s co nejmenší ztrátou kreditu.

Úkol: Vaším úkolem specialisty PR a komunikace je navrhnout majitelům společnosti operativní a funkční řešení (v první fázi doporučení) výše uvedené situace, a to primárně v rovině komunikace a vztahů s veřejností.

V rovině PR navrhnete taková doporučení a konkrétní kroky, které pomohou řešit nastalou překérní situaci.

Vaším **cílem** je:

- ✓ připravit a distribuovat účinná sdělení, která pomohou při komunikaci mimořádné, krizové události.
- ✓ Stejně tak i eliminace negativní publicity – minimalizace škod, jež vzniklá krize může způsobit.

Vámi navrhované finální řešení v rovině PR (ideálně ve formě PwP prezentace), by mělo minimálně obsahovat:

- ✓ **identifikaci cílových skupin**
 - ✓ Vyjmenujte všechny relevantní cílové skupiny.
 - ✓ Volbu stručně odůvodněte (pod čarou, jako poznámku).
 - ✓ Charakterizujte důležité znaky cílové skupiny.
- ✓ **identifikaci komunikačních kanálů (dle charakteru cílové skupiny) a jejich využití**
 - ✓ Vyjmenujte všechny relevantní komunikační kanály.
 - ✓ Volbu stručně odůvodněte (pod čarou, jako poznámku).
 - ✓ Přibližte silné a slabé stránky jejich použití.
- ✓ **formulaci sdělení** (co chci říci a proč)
 - ✓ Navrhněte klíčová poselství, která chcete komunikovat.
- ✓ **návrh tiskového výstupu pro hlavní média**
 - ✓ Připravte tiskovou zprávu, kterou předáte hlavním médiím a jejich prostřednictvím také veřejnosti.
- ✓ **swot analýzu** (silné, slabé stránky, hrozby, příležitosti)
 - ✓ V závěru práce proveďte stručné shrnutí Vámi navržené strategie včetně vyhodnocení jejích příležitostí a možných rizik.

Doporučení:

- ✓ Z důvodu maximální přehlednosti zpracujte návrh řešení v programu PowerPoint.
- ✓ Vyvarujte se zdlouhavých rozborů, pracujte s hesly (doplňující poznámky a vysvětlení umístěte pod čarou).
- ✓ Pro každý úkol – návrh řešení používejte samostatný slide.