

ÁREA DE FORMAÇÃO: GESTÃO DE MARKETING

GESTÃO DE CRISE APLICADA AO MARKETING E À REPUTAÇÃO

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
18/11/2025	9h/13h – 14h/18h	16 horas	Porto
19/11/2025	9h/13h – 14h/18h		

OBJETIVO GERAL:

Criar um plano de crise robusto, comunicar eficazmente em cenários críticos e alinhar a recuperação com uma estratégia de marketing.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Elaborar um plano de gestão de crise eficaz: Criar protocolos que minimizem danos e potenciem a recuperação.
 - ✓ Alinhar a gestão de crise com o marketing: Transformar crises em oportunidades para reforçar a reputação e os valores da marca.
 - ✓ Dominar estratégias multicanal: Gerir crises em plataformas digitais e em contextos offline de forma coordenada e eficaz.
 - ✓ Adquirir competências práticas: Aplicar ferramentas e técnicas para comunicação em cenários de crise.
-

CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
Apresentação Introdução à Gestão de Crises e Diagnóstico de Risco	4h	➤ Apresentação dos objetivos e da metodologia de trabalho a utilizar na formação. ➤ O que é uma crise e como afeta as marcas? ➤ Crises reputacionais, operacionais e sociais. ➤ O impacto emocional e financeiro. ➤ Análise de casos reais: Boas e más práticas. ➤ Ferramentas de diagnóstico: ➤ - Identificação de vulnerabilidades. ➤ - Matriz de probabilidade e impacto. ➤ Exercício prático: Criar um mapa de riscos para a sua marca.
Construção do Plano de Gestão de Crises	4h	➤ Componentes essenciais do plano de crise: ✓ Estruturação de uma equipa de crise (papéis e responsabilidades). ✓ Protocolos de comunicação interna e externa. ✓ A importância da monitorização e resposta rápida. ➤ Gestão proativa vs. reativa: Antecipar e mitigar. ➤ Exercício prático: Desenvolvimento de um plano de gestão de crise adaptado à sua organização.
Comunicação em Crise: Estratégias Online e Offline	4h	➤ Princípios da comunicação em crise: ✓ Transparência, empatia e clareza. ✓ Como evitar erros comuns. ➤ Crises digitais: ✓ Monitorizar e responder em redes sociais. ✓ Gestão de comentários negativos e fake news. ➤ Crises offline: ✓ Comunicação em eventos, lojas físicas ou com parceiros locais. ➤ Exercício prático: Simulação de uma crise digital e offline – elaboração de mensagens chave e estratégias de resposta.
Da Gestão de Crise à Reputação e Recuperação de Marketing Conclusão	4h	➤ Transformar a crise numa oportunidade: ✓ Como reposicionar a marca após uma crise. ✓ Ferramentas para reforçar a confiança e notoriedade. ➤ Integração da gestão de crise no plano de marketing: ✓ Alinhamento com campanhas futuras e storytelling e doingtelling da recuperação. ➤ Avaliação de performance pós-crise: ✓ Métricas e análise de resultados. ➤ Exercício prático: Criação de um plano de marketing pós-crise para recuperação de uma marca. ➤ Conclusão e Avaliação.

FORMADOR: MARTA ARAÚJO

Consultora de Comunicação especializada em Assessoria de Imprensa, Relações Públicas, Marketing de Influência, Media Training nacional e internacional e Gestão de Crise. No seu portfólio de colaborações constam, entre outras, entidades como Sonae, Farfetch, Symington, Cerealis, Arcádia, Kiabi, ZEISS, TEDx, Teixeira Duarte, Pablosky, Trumpf, Adyen, Kone, Miss Pavlova, Optimisção.

Com uma carreira de jornalista com mais de 13 anos, tem formação em Ciências da Comunicação na Universidade Fernando Pessoa, o seu trajeto conta com passagens, entre outras publicações, pelo Jornal Expresso, o semanário Vida Económica e as newsmagazines Sábado e Focus.

Especialista certificada em Educação para os Media pelo Conselho Científico-Pedagógico da Formação Contínua, tem um International Executive MBA in Business Strategy (Universidad Intercontinental de la Empresa, em Espanha) o Curso de International Management (Georgetown University, em Washington DC, nos EUA) e o curso de Formação Pedagógica Inicial de Formadores.

É CEO da LikeBrands, host do podcast “É a comunicar que nos entendemos” e docente convidada de várias instituições de ensino.

Integra ainda o quadro de Formadores da Academia APAN – Associação Portuguesa de Anunciantes.

