



CRISIS READY

CRISIS RESPONSE COMMUNICATION
FOR FINANCIAL INSTITUTIONS

إدارة التواصل في أوقات الأزمات
للمؤسسات المالية (القطاع المالي)

TRAINING OVERVIEW

نظرة عامة علي البرنامج التدريبي

Duration:

3 Full Days

المدة:

٣ أيام كاملة

Format:

Instructor-led, highly interactive, simulation-based

الأسلوب:

تدريب يقوده مدرب، عالي التفاعل، قائم على المحاكاة

Audience Size:

Ideal: 16 to 20 participants

عدد المشاركين:

المثالي: من ١٦ إلى ٢٠ مشارك



Program Overview:

In banking, crisis escalate in **minutes**.
Rumors travel faster than verification.
Silence becomes guilt.
Confusion becomes withdrawal behavior.
Small misstatements become regulatory events.
The difference between institutions that survive and institutions that collapse is rarely technology or capital.
It is **decision quality and communication discipline under pressure**.
Crisis Ready prepares leaders and communication teams to act with clarity, authority, and confidence in the moments that matter most.
This is not a lecture-based course.
It is a **realistic, high-pressure rehearsal for reputation survival**.

نظرة عامة على البرنامج:

في القطاع المصرفي، تتصاعد الأزمات خلال دقائق.
الشائعات تنتشر أسرع من التحقق.
الصمت يُفسر كاعتراف.
الارتباك يتحول إلى سلوك سحب أموال.
خطأ بسيط في الصياغة قد يتحول إلى قضية تنظيمية.
الفرق بين المؤسسات التي تنجو وتلك التي تنهار نادراً ما يكون في التكنولوجيا أو رأس المال.
بل في جودة القرار والانضباط الاتصالي تحت الضغط.
Crisis Ready يُعد القادة وفرق الاتصال للتحرك بوضوح ووسيلة وثقة في اللحظات الأكثر حساسية.
هذا ليس برنامجاً نظرياً.
إنه تدريب واقعي عالي الضغط لبقاء السمعة.

Target Audience:

- Corporate Communication & PR
- Digital & Social Media
- Risk & Compliance
- Customer Experience
- Contact Center Leaders
- IT / Cyber
- Executives & Crisis Committee Members

الفئة المستهدفة:

- الاتصال المؤسسي والعلاقات العامة
- الفرق الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي
- إدارة المخاطر والامتثال
- تجربة العملاء
- قيادات مراكز الاتصال
- تقنية المعلومات والأمن السيبراني
- الإدارة التنفيذية وأعضاء لجنة الأزمات



Customization:

Scenarios can reflect the bank's regulatory environment, brand positioning, approval processes, and spokesperson hierarchy.

What Participants Will Master

By the end of the program, participants will be able to:

- Recognize Crisis Signals Early
- Classify The Crisis Type In Minutes
- Understand Stakeholder Fear Dynamics
- Communicate Effectively In The Golden Hour
- Balance Empathy With Legal Safety
- Prioritize Audiences Under Pressure
- Apply Structured Response Frameworks
- Manage Media And Online Escalation
- Protect Institutional Credibility

التخصيص:

يمكن تصميم السيناريوهات بما يعكس البيئة التنظيمية للبنك، ومكانته السوقية، وآليات الموافقات، وهيكل المتحدثين الرسميين.

ما الذي سيتقنه المشاركون

بنهاية البرنامج سيتمكن المشاركون من:

- اكتشاف إشارات الأزمة مبكراً
- تصنيف نوع الأزمة خلال دقائق
- فهم ديناميكيات خوف أصحاب المصلحة
- التواصل بفعالية خلال الساعة الذهبية
- الموازنة بين التعاطف والسلامة القانونية
- ترتيب أولويات الجمهور تحت الضغط
- تطبيق أطر استجابة منهجية
- إدارة التصعيد الإعلامي والرقمي
- حماية مصداقية المؤسسة

Training Methodology:

منهجية التدريب:



This is a high-engagement, applied capability program.

برنامج تطبيقي عالي الانخراط.

Participants learn through:

- Real banking case studies
- Live scenario analysis
- Structured models
- Team decision labs
- Message design workshops
- Peer challenge
- Guided debriefs

يتعلم المشاركون من خلال:

- دراسات حالة مصرفية حقيقية
- تحليل سيناريوهات مباشرة
- نماذج وهيكلية منظمة
- مختبرات قرار جماعية
- ورش تصميم الرسائل
- تحديات بين الفرق
- جلسات استخلاص الدروس الموجهة

limited lecture.

Heavy emphasis on application and leadership judgment.

محاضرات محدودة.

تركيز مكثف على التطبيق والحكم القيادي.

Training Approach

فلسفة البرنامج:

The program reflects how crises actually happen inside banks:

يعكس البرنامج كيف تحدث الأزمات فعلياً داخل البنوك:

- incomplete information
- fast-moving rumors
- regulator expectations
- public fear
- internal uncertainty
- executive accountability

- معلومات غير مكتملة
- شائعات سريعة الانتشار
- توقعات تنظيمية
- خوف عام
- ارتباك داخلي
- مساءلة تنفيذية

Participants repeatedly practice making defensible decisions.

يتدرب المشاركون مراراً على اتخاذ قرارات قابلة للدفاع أمام الإدارة والجهات التنظيمية.

What Makes Crisis Ready Different from Other Crisis Programs

Most crisis trainings are:

- Theoretical
- Based On Generic Industries
- Focused On Writing Statements
- Comfortable Classroom Discussions

ما الذي يميز Crisis Ready

معظم برامج الأزمات تكون:

- نظرية
- عامة وغير متخصصة
- تركز فقط على صياغة بيان صحفي
- نقاشات صفيّة مريحة



Unique Value Propositions:

Banking-Specific Crisis Typology

Participants learn which fear is active: liquidity, access, security, fairness, or governance.

Golden Hour Execution

What must be said before rumors win.

Stakeholder Sequencing Logic

Who must hear first and why.

Leadership Exposure

Executives rehearse visibility and tone.

Trust Impact Thinking

Every decision either stabilizes or erodes confidence.

Structured Frameworks Under Pressure

Participants use proven models instead of improvisation.

High Engagement Learning Design

Learning happens through doing, challenging, defending, and improving.

القيمة الفريدة للبرنامج

تصنيف أزمات خاص بالقطاع المصرفي يتعلم المشاركون تحديد نوع الخوف النشط: السيولة، الوصول، الأمان، العدالة، أو الحوكمة.

تنفيذ الساعة الذهبية

ما الذي يجب قوله قبل أن تنتشر الشائعات.

منطق ترتيب أصحاب المصلحة

من يجب أن يسمع أولاً ولماذا.

تدريب القيادات على الظهور الإعلامي

التدرب على النبرة والظهور العام.

التفكير في أثر الثقة

كل قرار إما يعزز الثقة أو يضعفها.

أطر منهجية تحت الضغط

الاعتماد على نماذج مثبتة بدلاً من الارتجال.

تصميم تعليمي عالي التفاعل

التعلم يتم عبر الممارسة، التحدي، الدفاع، والتحسين.

DAY 1:

اليوم الأول:

Crisis Foundations & Panic Dynamics

Focus: Understanding how crises escalate and how trust is lost or protected.

أسس الأزمة وديناميكيات الذعر
التركيز: فهم كيفية تصاعد الأزمات وكيف تُفقد الثقة أو تُحمى.



Crisis Communication Foundations for Banking

Why financial institutions experience unique exposure.

أسس الاتصال في الأزمات المصرفية
لماذا تتعرض المؤسسات المالية لحساسية مضاعفة.

What is a Crisis?

Characteristics of events that threaten trust, stability, and reputation.

ما هي الأزمة؟
خصائص الأحداث التي تهدد الثقة والاستقرار والسمعة.

What is Crisis Management?

Structured preparation, response, and recovery.

ما هي إدارة الأزمات؟
الاستعداد المنهجي، الاستجابة، والتعافي.

Crisis Communication

What must be said, when, and to whom.

الاتصال أثناء الأزمة

ماذا يُقال، متى، ولمن.

Banking Crisis Typology Matrix

Operational | Cyber | Financial | Reputational | Regulatory

Identifying the dominant fear driving behavior.

مصفوفة تصنيف الأزمات المصرفية

تشغيلية | سببرانية | مالية | سمعة | تنظيمية
وتحديد الخوف المسيطر على السلوك.

Common Types of Communication Crisis

Internal confusion, external backlash, leadership silence.

أنواع أزمات الاتصال الشائعة

ارتباك داخلي، هجوم خارجي، صمت قيادي.

Role of Social Media During a Crisis

Speed of amplification, misinformation, narrative formation.

دور وسائل التواصل الاجتماعي

سرعة التضخيم وتشكيل الروايات.

How Minutes Triggered a Bank Run

Understanding confidence collapse.

كيف تسببت دقائق في حدوث سحب مصرفي

جماعي

فهم انهيار الثقة.

Why Panic Is So Fast in Banking

Liquidity psychology and social proof.

لماذا ينتشر الذعر بسرعة في القطاع المصرفي

سيكولوجية السيولة وإثبات السلوك الاجتماعي.

DAY 1:

The Golden Hour

Participants learn to:

- acknowledge
- empathize
- reinforce values
- explain action
- commit to updates

Real Banking Crisis Case Studies

Learning from global failures and successes.

Trust Curve in Banking

How confidence drops and recovers.

Crisis Lifecycle Model

Pre-crisis → escalation → containment → recovery.

Managing Customer Trust Across the Lifecycle

How communication objectives evolve.

Day 1 Outcome

Participants understand panic mechanics and how first responses shape outcomes.

اليوم الأول:

الساعة الذهبية

يتعلم المشاركون:

- الاعتراف
- التعاطف
- تعزيز القيم
- شرح الإجراء
- الالتزام بالتحديثات

دراسات حالة مصرفية حقيقية

التعلم من نجاحات وإخفاقات عالمية.

منحنى الثقة في القطاع المصرفي

كيف تنخفض الثقة وكيف تستعاد.

نموذج دورة حياة الأزمة

ما قبل الأزمة → التصعيد → الاحتواء → التعافي.

إدارة ثقة العملاء عبر الدورة

كيف تتغير أهداف الاتصال عبر المراحل.

مخرجات اليوم الأول

فهم آليات الذعر وكيف تحدد الاستجابة الأولى مسار النتائج.

DAY 2:

اليوم الثاني:

Stakeholder Pressure & Strategic Decision Making

Focus: Who to prioritize, how to balance expectations, and how institutions maintain control.

ضغط أصحاب المصلحة واتخاذ القرار الاستراتيجي

التركيز: تحديد الأولويات وتحقيق التوازن والحفاظ على السيطرة المؤسسية.

Stakeholder Expectations Under Crisis Pressure

Different audiences want different answers at the same time.

توقعات أصحاب المصلحة تحت الضغط

جماهير مختلفة تطلب إجابات مختلفة في الوقت نفسه.

Who Matters Most During a Crisis and Why

Risk-based prioritization.

من هو الأكثر أهمية ولماذا

ترتيب الأولويات بناءً على المخاطر.

Primary Banking Stakeholder Groups

Customers, regulators, media, employees, investors.

أصحاب المصلحة الرئيسيون

العملاء، الجهات التنظيمية، الإعلام، الموظفون، المستثمرون.

Conflicting Stakeholder Expectations

- Speed vs accuracy
- Transparency vs confidentiality
- Empathy vs liability
- Reassurance vs exposure

تضارب التوقعات

- السرعة مقابل الدقة

- الشفافية مقابل السرية

- التعاطف مقابل المسؤولية القانونية

- الطمأنينة مقابل الانكشاف

مصفوفة أصحاب المصلحة

القوة مقابل الاهتمام.

Stakeholder Matrix (Power & Interest)

Who must be managed closely vs informed vs monitored.

أطر الاستجابة الاتصالية

أهمية الهيكل في منع التصعيد.

Crisis Response Frameworks for Communication

Why structure prevents escalation.

نموذج PREPARE

التخطيط | الاستجابة | التقييم | الوقاية | المواءمة | إعادة البناء | إعادة التقييم.

The PREPARE Model

Plan | Respond | Evaluate | Prevent | Align | Rebuild | Evaluate Again.

بناء الانضباط المؤسسي تحت الضغط

كيف يفكر البنك ويتخذ القرار ويتواصل.

Decide How Your Bank Will Think, Decide, and Communicate Under Pressure

Building institutional discipline.

نظرية الاتصال في الأزمات الموقفية SCCT

مواءمة الاستراتيجية مع مستوى المسؤولية.

تطبيقات مصرفية لنموذج SCCT

SCCT - Situational Crisis Communication Theory

Matching response strategy to responsibility.

مخرجات اليوم الثاني

القدرة على تبرير القرارات الاتصالية أمام الإدارة والجهات التنظيمية.

SCCT Banking Case Studies

Applying strategy to real examples.

Day 2 Outcome

Participants can justify communication choices to executives and regulators.

DAY 3:

اليوم الثالث:

Crisis Message Design & Media Control

Focus: The language, tone, and narrative that protect trust.

تصميم الرسائل والسيطرة الإعلامية
التركيز: اللغة والنبرة والرواية التي تحمي الثقة.

Crisis Message Design That Builds Trust

Moving from information → reassurance.

تصميم رسالة تبني الثقة
الانتقال من المعلومات إلى الطمأنينة.

Crisis Messaging That Protects Trust

What stakeholders need to hear.

الرسائل التي تحمي الثقة
ما يحتاجه أصحاب المصلحة لسماعه.

Language That Calms vs Language That Fuels Panic

Tone discipline under stress.

لغة تهدئ مقابل لغة تؤجج الذعر
الانضباط اللغوي تحت الضغط.

Transparency Without Speculation

Providing clarity safely.

الشفافية دون مضاربة
توضيح آمن.

Empathy in Financial Crises

Acknowledging impact without legal admission.

التعاطف في الأزمات المالية
الاعتراف بالتأثير دون اعتراف قانوني.

The Message House Model

Roof, pillars, foundation for consistent narratives.

نموذج بيت الرسالة
السقف، الأعمدة، الأساس لرواية متماسكة.

Media Communication in Banking Crises

What journalists expect and how narratives form.

الإعلام في الأزمات المصرفية
كيف تتشكل الروايات الإعلامية.

Managing Traditional Media Pressure

Staying in control during questioning.

إدارة ضغط الإعلام التقليدي
الحفاظ على السيطرة أثناء الأسئلة الصعبة.

Controlling the Conversation Without Avoiding the Question

Bridging techniques.

السيطرة على الحوار دون تجنب السؤال
تقنيات الربط والجسر.

Social Media Crisis Response

High-speed engagement strategy.

الاستجابة عبر وسائل التواصل الاجتماعي
استراتيجية التفاعل عالي السرعة.

Managing Speed, Scale, and Sentiment

When response reduces risk.

إدارة السرعة والحجم والمشاعر
متى تقلل الاستجابة المخاطر.

How Misinformation Spreads Online

Why rumors win.

كيف تنتشر المعلومات المضللة
لماذا تفوز الشائعات أحياناً.

Respond, Correct, or Stay Silent

Strategic response choices.

الرد أم التصحيح أم الصمت
قرارات استراتيجية.

DAY 3:

Coordination Is Critical in Banking

Cross-functional message alignment.

Common Social Media Mistakes in Banking Crises

What repeatedly damages institutions.

Day 3 Outcome

Participants can craft confident, safe, panic-reducing communication across channels.

اليوم الثالث:

التنسيق الداخلي

مواءمة الرسائل بين الإدارات.

الأخطاء الشائعة في الأزمات المصرفية

ما يتسبب في تكرار الأضرار.

مخرجات اليوم الثالث

القدرة على صياغة تواصل واثق وآمن يقلل الذعر عبر جميع القنوات.

Crisis Ready ليس تدريباً على كتابة بيان.

إنه تدريب على حماية الثقة حين تكون تحت التهديد.