

تعاظم دور مجموعات المصالح في تحديد قدرة المؤسسة على مواجهة الأزمات، 3 استغلال التنوع الكبير في مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة فيسبوك وتويتر بخصوص إدارة الأزمات لما تتمتع به من انتشار كبير 4 تنوع الاستخدامات التي يمكن للمنظمة أو المؤسسة أن توظفها في إدارة الأزمات: رصد احتمالات وقوع أزمات، 5 التركيز على الكيفية التي تستخدم بها المنظمة وسائل التواصل الاجتماعي لإدارة الأزمات من الناحية الاتصالية والاستراتيجيات استخدام الأسلوب الإنساني لا المؤسسي الرسمي في إدارة الحوار حول الأزمة، 6 التحول الملحوظ من التركيز على توجهات المنظمة ووجهات نظرها إلى الاهتمام بوجهة نظر الجمهور. 7 الاتجاه نحو رصد وقياس ردود أفعال الجمهور وتقييمه في علاقة بالاستجابة للأزمات وطريقة إدارتها. 8 تحويل التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي إلى ثقافة أساسية في عمل المؤسسات وإلى جزء من بيئة العمل الداخلية والخارجية