



KRIISIVIESTINTÄ

KRIISIVIESTINNÄN OHJEISTUS

Kriisiviestinnän tarve syntyy, jos sattuu jotain odottamatonta.

Kun organisaatio joutuu julkisuuskriisiin, mitataan johdon ja viestijöiden kykyä reagoida. Kriisiviestintä tulee hoitaa huolella, oli kriisin laajuus miten suuri tahansa. Luottamus, avoimuus, lämpö, läpinäkyvyys ja tunnemaisema ovat asioita, joita kriisiviestinnän pitää viestiä ulospäin.

Kriisiviestinnän tavoitteena on

- Luoda tilanteesta oikea kuva
- Välittää riittävästi tietoa ja olla jatkuvassa vuorovaikutuksessa sidosryhmien kanssa
- Turvata toimintaedellytykset ja toiminnan jatkuvuus
- Tukea myönteistä julkisuuskuvaa
- Tuoda viestit esiin niin, että yhteisön näkökulmat ja viestit otetaan huomioon

Nykyään yksi minuutti - puhumattakaan niistä viidestä - voi olla ratkaiseva sen suhteen, leimahtaako kriisi liekkeihin vai sammuuko pinnan alla kytenyt kriisinalku kaikessa hiljaisuudessa. Vauhdikkaassa mediaympäristössä ihmiset luovat käsityksensä hyvin sirpaleisen tiedon varassa.

Jokainen kriisi on omanlaisensa. Jotta viestijä antaisi itselleen mahdollisuuden onnistua kriisitilanteessa, työkalupakin täytyy olla kunnossa.

Kriisiviestinnän muistilista - näillä pärjää jo pitkälle

1. Tee kriisiviestintäsuunnitelma
2. Hyödynnä mediaseurantaa reaaliaikaisesti
3. Pidättäydy faktoissa.
4. Tiedä, kenelle viestit: muista kohderyhmä.
5. Pidä pää kylmänä, älä lietso paniikkia.
6. Muista tunnemaisema, viesti lämpöä ja osaamista.
7. Koordinoi viestintää organisaation sisäisesti yhdessä ydintiimin kanssa.

Toimenpiteet

- Ota vastuu ja aloite
- Reagoi nopeasti ja pidä osapuolet ajan tasalla
- Ole avoin, rehellinen ja puhu totta
- Pysy faktoissa, älä provosoidu, vähättele tai spekuloi
- Auta toimittajia heidän työssään, tee yhteistyötä



- Toimi monikanavaisesti ja tasapuolisesti
- Muista inhimillisyyks ja myötäeläminen
- Lopeta ja arvioi kriisi sekä ota opiksesi!

SISÄINEN TIEDONKULKU

Kriisin keskipisteessä olevalla on vastuu ensi-informaation välittämisestä sovituille henkilöille. Yleensä sisäisestä viestinnästä vastuu on esihenkilöllä tai puheenjohtajalla.

a) Infoa esihenkilö / johto

Jokaisella työntekijällä on velvollisuus ilmoittaa omalle esimiehelleen poikkeuksellisesta tilanteesta (tai huhusta). Esihenkilön kanssa harkitaan tarkoituksenmukaisin toimintatapa.

b) Infoa oma väki

Esihenkilö selvittää ensisijaisesti omalle työyhteisölle, keskeisille luottamushenkilöille ja lähipiirille tilanteen sekä pitää heidät ajan tasalla. Seuran johdon / hallituksen on saatava tieto asiasta välittömästi ollakseen tilanteen tasalla.

c) Kriisi-infoa internetissä ja somessa

Päätä nettiosoite, josta löytää päivitetyt ajankohtaiset tiedot ja ohjeet. Päätä myös mitä seuran somekanavia seura käyttää tässä tilanteessa. Epäonnistunut sosiaalisen median viestintä voi itsessään aiheuttaa useita vakavia mainekriisejä. Ohjeistuksessa tulisi siis käsitellä paitsi toimintaa kriisitilanteessa, myös sitä, miten välttää kriisin aiheuttaminen sosiaalisessa mediassa.

d) Yhteystiedot varmistettava

Avainhenkilöiden puhelinnumeroiden ja sijaisten tiedot oltava ajan tasalla ja käden ulottuvilla, esimerkiksi matkapuhelimen muistissa (ei työpaikan mapissa).

e) Toiminta ennakkosuunnitelman mukaan

Ennalta sovitut pelisäännöt ja yhteistyökuviot helpottavat kriisitilanteessa – jokainen hoitaa oman velvollisuutensa. Ennalta sovitut roolit helpottavat ja nopeuttavat toimintaa. (Turvallisuussuunnitelma). Kriisin toimiva hallinta edellyttää toimivaa yhteistyötä (ei kilpailua kuka ehtii ensin) kaikkien kanssa, myös viestinnän osalta.

JULKISUUS

Kun organisaatio kohtaa julkisuuskriisin, syntyy usein tarve tiedottaa. Mediaviestintä on tehokas tapa saada oma viesti laajasti kuuluviin ja tiedottaminen on kriisissä hyvin tärkeää.

Viesti täytyy saada maailmalle mahdollisimman nopeasti, sillä muuten joku muu taho täyttää informaatiotyhjiön eikä organisaation viestillä ole enää niin suurta vaikutusta.



Ensisijainen lausunnonantaja on puheenjohtaja tai turvallisuusvastaava. Tiedotuksesta vastaava henkilö on heti yhteydessä tiedotusvälineisiin.

a) Mediayhteydet luonteviksi

Luottamus ja uskottavuus ovat toimivien mediasuhteiden edellytyksenä. Tärkeintä on luoda ne hyvinä aikoina, että ne ovat kriisitilanteessa jo olemassa. Samat yhteyshenkilöt ovat parhaita mediaan päin kriisitilanteessa kuin muinakin aikoina.

b) Lausunnonantopolitiikka sovittava

Lausuntojen on oltava selkeitä, johdonmukaisia ja vakuuttavia. Ei tarvitse tietää kaikkea, mutta kaikissa tilanteissa on oltava selvillä kuka antaa lausunnot. Päävastuullinen lausunnonantaja ja muut roolit sovittu etukäteen!

Kriisissä on usein kyse ihmisistä ja heidän hyvinvoinnistaan. Jos organisaatio unohtaa tämän inhimillisen näkökulman viestinnässään, tilanne kääntyy huonosta katastrofaaliseksi hyvin nopeasti. Sillä, onko organisaatio lopulta syyllinen tapahtuneeseen, ei ole oikeastaan merkitystä. Empatian osoittaminen ihmisten hädässä on kaiken A ja O.