



CHECKLISTA VID KRISKOMMUNIKATION

CISION

En kris kommer ofta utan förvarning och utmaningen är att vara redo när den gör det. Denna checklista är framtagen för att guida dig när krisen är ett faktum. Använd den som komplement till er kriskommunikationsplan för att inte glömma bort något när stressen blir påtaglig och beslutsvägarna korta.

Erkänn att krisen är ett faktum och gör er redo för handling

Ta fram handlingsplanen vid en kris

Samla all information som finns tillgänglig, både internt och externt

Utnyttja er mediebevakning

Försäkra dig om att era söksträngar är optimerade för att täcka in eventuella nyckelord som hör till krisen

Jämför krisens allmänna share of voice med er egen benchmarkade rapportering

Håll koll på er bevakning av sociala medier för att se vilken räckvidd och vilket engagemang krisen genererar

Meddela arbetsgruppen och delge information

Försäkra dig om att kommunikationskedjan är tydlig och tillgänglig utan några hinder

Avgör om kommunikationsavdelningen behöver pausa några schemalagda sociala medieposter, kundutskick eller övrigt innehåll

Utveckla era budskap

Se till att ha full koll på vilka budskap som är anpassade internt, mot ledningsgrupp, kunder och medier

Etablera en talesperson och ett nav för er kommunikation dit du kan leda direkttrafik

Förbered kommande externkommunikation

Förbered ett pressutskick

Förbered sociala medieinlägg

Förbered för en presskonferens

Stäm av med viktiga beslutsfattare

Rapportera relevant information till chefer och beslutsfattare

Stäm av med juridiskt ansvariga och beslutsfattare innan du skickar ut någon extern kommunikation

Kommunicera det som kommuniceras bör

Skicka ut relevanta pressmeddelanden och sociala medieinlägg (om det är applicerbart)

Coacha och försäkra er talesperson så att den har en tydlig röst med samma budskap i alla kanaler

Håll utkik efter ytterligare rapportering och respons

Ha ett ständigt öga på hur konversationerna går på sociala medier

Leta efter udda toppar i medierapporteringen

Svara på frågor och funderingar när det är lämpligt

Utvärdera situationen

Om krisen är under kontroll – dra en lättnadens suck

Om inte kan det vara läge att ta kontakt med journalister och/eller influencers som kan hjälpa till med att få ut era budskap för att förhindra krisen

Gör en efterhandskontroll

Analysera var ni hanterade krisen effektivt och var det fanns utrymme för förbättring

Uppdatera er kriskommunikationsplan för framtida händelser baserat på den kunskapen ni fick från krisen ni nyss gick igenom