

Mall för krisplan

Fyll i mallen med
information för ditt företag

Vad är en kris? En kris är en pågående - eller förväntad - händelse som kan leda till en kritisk eller skadlig situation som påverkar en individ, grupp, organisation, eller ett helt samhälle.

Krisgrupp

Vilka ingår i er krisgrupp?

För att kunna agera snabbt vid en kris krävs det att du på förhand har definierat vilka personer och roller som ska ingå i krisgruppen. Den här gruppen ansvarar för att involvera ytterligare personer och roller som behövs, beroende på krisens karaktär. Ni bör ha en utsedd krisledare som ansvarar för överblick och koordination av arbetet.

I krisgrupper ingår ofta VD eller andra roller ur ledningsgruppen, presskommunikatör, internkommunikatör och HR-representanter.

Lista er krisgrupp:

1. Exempel: Anna Andersson, VD

2.

3.

4.

5.

6.

Olika intressenter och deras behov

Vid en kris ökar kommunikationsbehovet hos dina olika intressenter och målgrupper. Olika intressenter kommer dessutom att ha olika kommunikationsbehov från dig som företag. God kommunikation är avgörande för hur väl du kommer att klara situationen. Fundera på vilken tonalitet du vill hålla till de olika intressenterna. Glöm inte att era medarbetare bör finnas med på den här listan.

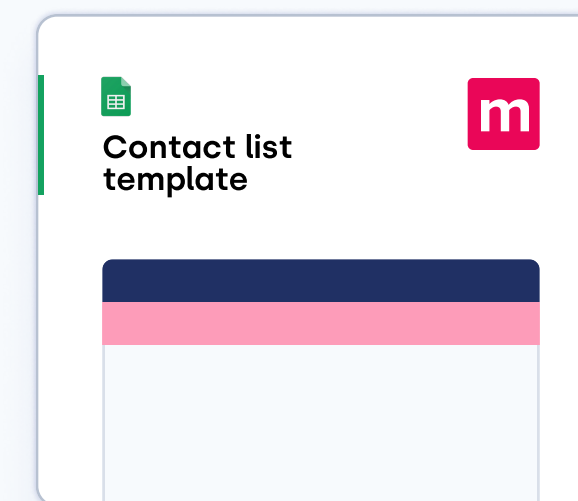
Lista dina viktigaste intressenter, deras kommunikationsbehov, önskad tonalitet samt genom vilka kanaler kommunikationen ska ske.

Intressent	Behov	Tonalitet	Prioriterade kanaler
Medarbetare	Kontinuerliga uppdateringar, med fokus på hur situationen påverkar dem och det dagliga arbetet. Viktigt med tydliga riktlinjer under krissituationer.	Vänlig och inkluderande.	Slack, E-post

Kontaktlistor

När du står mitt uppe i en kris kommer du tycka att tiden inte räcker till. Därför är det bra att förbereda kontaktlistor till journalister, samarbetspartners, experter, anställda och andra intressenter för att snabbt kunna nå dem.

Fyll i den här mallen med viktiga kontaktuppgifter



Redigera din egen lista 

Verktyg

Säkerställ att du har rätt verktyg på plats för att hantera en kris

Rätt verktyg är avgörande för att du ska klara en kris. Med verktyg menar vi tekniska hjälpmedel och annat som behövs för att kunna agera snabbt och med precision.

Se till att du bevakar vad som sägs om din organisation så att du kan förutse händelser och planera din kommunikation.

Det är också viktigt att samla all information till medier och andra viktiga målgrupper, så att de enkelt kan hitta den senaste informationen.

Vilka verktyg behöver du?

1. Exempel: Mediebevakning

2.

3.

4.

5.

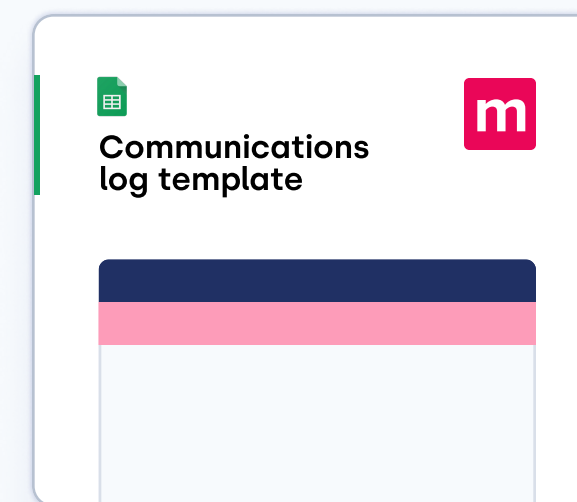
6.

Kommunikationslogg

Ni kommer att kommunicera mycket under krisens gång, med flera olika målgrupper och intressenter. Krissituationer kan bli långdragna och det är viktigt att enkelt kunna få en överblick över vad som sagts tidigare, och till vem. Kommunikationsloggen är viktig för att du kunna lämna över arbetet till en kollega, och själv få en paus.

Använd den här mallen för att dokumentera all kommunikation. Dokumentationen är också värdefull efter krisen, då det är dags att utvärdera ert agerande.

Mall för kommunikationslogg



Redigera din egen logg 

Krisens tre faser



1 *Innan krisen*

Innan en kris rullar verksamheten på precis som vanligt. Allt du gör för att förbereda dig kommer vara avgörande för hur väl du lyckas minimera skadorna av krisen när den uppstår.

Starka varumärken lyckas bättre

Ett starkt varumärke är alltid viktigt, särskilt när du genomgår en kris. Ju högre lojalitet du lyckats bygga upp för ditt företag innan krisen, desto större chanser har du att bibehålla ert förtroende. I dagens digitala landskap är det lätt att fokus hamnar på leadsgenerering och kampanjer med snabba resultat - så se till att balansera kortsiktiga aktiviteter med långsiktigt varumärkesarbete.

Ligg steget före med mediebevakning

Se till att du håller koll på vem som pratar om ditt varumärke, och på vilket sätt. Mediebevakning är avgörande för att du ska hålla koll på vad som sägs om ditt företag före, under och efter en kris. Hur ska du kunna bemöta negativa situationer om du inte vet vem, hur eller vad man kommunicerar om ditt varumärke? Mediebevakningen hjälper dig att identifiera risker och potentiella hot, samt att planera din kriskommunikation.

2 Under krisen

Frågan är inte om krisen inträffar, utan när - och då kommer dina förberedelser vara ovärderliga.

Ni är bara människor!

I krissituationer så går allting väldigt, väldigt snabbt. Det hjälper att sätta upp ett "war room" där krisgruppen sitter tillsammans och arbetar. Ni vill undvika kommunikationsbarriärer och ha möjlighet att fatta snabba beslut.

Se till att alla prioriterar att äta och ta pauser för att sova eller promenera. Utan vila är det omöjligt att prestera på topp. Var snälla mot varandra och håll koll på hur dina kollegor mår under krisens gång.

Checklista för krishantering:

- Agera snabbt, men inte så snabbt att du fattar dumdristiga beslut.
- Bevaka noga vad som sägs för att hänga med i vad som sker.
- Var tydlig, transparent och trovärdig i din kommunikation.
- Ta kontroll över ditt eget narrativ, innan någon annan gör det.
- Stäva efter att bygga, eller återupprätta, förtroende.
- Utvärdera pågående marknadsaktiviteter. Är det verkligen läge att genomföra den planerade konferensen, eventet eller lanseringen?
- Ta dig tid att analysera resultatet av dina handlingar för förbättra dina insatser.

3 *Efter krisen*

När krisen är avslutad är det dags för reflektion. Fortsatt att bevaka situationen för att identifiera eventuella efterspel, samtidigt som du tar dig tid att analysera och utvärdera hela händelseförloppet. Din främsta uppgift framåt är att återupprätta ert förtroende.

All dokumentation under krisfasen kommer hjälpa dig få en överblick vad som hände, samt vilket resultat ert agerande fått.

Utvärdera era insatser

Efter en kris är det vanligt att man snabbt vill gå vidare och aldrig mer tänka vad som hände - just för att krissituationer är så intensiva. Det är dock viktigt att samla hela krisgruppen för att utvärdera ert arbete. Vad gick bra? Vad gick mindre bra? Ta med era lärdomar och uppdatera er krisplan, ifall krisen inträffar igen.

Digital communications & PR made easy

Testa Mynewsdesk gratis.