

Crisiscommunicatie checklist



**Crisis-
beheersing**

UP

Crisiscommunicatiechecklist

Het is schrikken als je ineens in de problemen komt. Wat gebeurt er nu? Veel organisaties zitten er vaak verslagen bij als ze worden overvallen door een crisis. Ze voelen zich slachtoffer van de situatie en weten niet wat ze ermee aan moeten. Toch is het geen goed idee om het allemaal maar over je heen te laten komen en te wachten tot de bui overwaait. Als je het goed aanpakt, kun je je reputatie redden en de situatie zelfs in je voordeel ombuigen.

Crisiscommunicatie begint in vreedestijd. Dat is de periode waarin je voorbereidingen treft voor alle ellende waarin je terecht zou kunnen komen. Ik werk vanuit de visie 'crisis is kans'. Geloof me, dat is niet zomaar een kreet. Elke crisis biedt minstens twee kansen:

1. Als er een crisissituatie komt, moet je ermee aan de slag. Je hebt echt geen andere optie. Het moet. En al ben ik zelf redelijk allergisch voor het woord 'moeten', dit is wel het moment om op te staan, je leiderschap te tonen en je expertstatus te claimen: een gouden kans om te laten zien waar je voor staat.
2. Uit elke crisis kun je lessen trekken en dat zijn je kansen voor de toekomst. Door goed te luisteren en te monitoren snap je beter wat je omgeving van je verwacht. Soms maakt het niet eens zoveel uit wat je doet, als je maar actie onderneemt. Daarmee dwing je respect af. Als je niks doet, verlies je altijd. Het is dus geen optie om je kop in het zand te steken en te doen of er niks aan de hand is.

Deze checklist geeft je handvatten om een crisis goed aan te pakken en je organisatie daarin te begeleiden.

Voor

- Crisiscommunicatie begint in vreedestijd. Dit is de tijd om voor te bereiden in de hoop dat je het nooit hoeft te gebruiken. Echter, het is niet of je te maken krijgt met een crisis maar wanneer.
- Maak vooraf goede afspraken met relevante interne en externe stakeholders.
- Werk scenario's uit, leg ze vast in een plan, regel een team en regel het mandaat. Natuurlijk zal het scenario nooit zo gaan als dat jij het hebt vastgelegd. Alleen maakt het je wel zekerder en kun je hier wel op verder werken als de nood aan de man is.
- Oefen, oefen en oefen. Minimaal één keer per jaar, liefst iets vaker.

Tijdens

- Begin met een omgevingsanalyse/mediascan. Wat zijn de kernvragen?
- Haal feiten boven tafel.
- Stealing thunder: breng zelf als eerste het nieuws naar buiten. Dit schept vertrouwen.
- Communiceer eerst met de direct betrokkenen, vervolgens intern en daarna extern.
- Vertel wat je weet en ook wat je nog niet weet. Verstrek procesinformatie. Wat ga je wanneer doen en wanneer kunnen ze een update van je verwachten?
- Wees eerlijk, open en transparant. Voorkom aannames en speculaties. Niet liegen, ontkennen of een ander de schuld geven.
- Toon empathie en medeleven die past bij de situatie.



ACUTE CRISIS?
KLIK HIER!

Na

- Wees voorbereid op de 'ramp na de ramp'. De nasleep van een crisis kan lang duren en ineens in komkommertijd weer opduiken.
- Blijf respectvol
- Blijf monitoren
- Evalueer altijd. Het is een valkuil, het waait over, de waan van de dag neemt weer over en voor je het weet ben je weken verder.
- Blijf oefenen. Juist nu je het ervaren hebt, kun je deze als testcase goed gebruiken.

Over UP

Maureen Veurman is expert op het gebied van communicatie, media en reputatie met een specialisme op het gebied van crisiscommunicatie. Ze geeft advies op het gebied van (strategische) communicatie en persvoorlichting.

Bel gerust als je vragen hebt: +31 (0)622218932

Of mail: maureen@up-communicatie.nl

