

Poikkeusolojen kriisiviestintä

Miten viestiä
koronaviruksesta?

Poikkeusoloissa kriisiviestinnän tarve kasvaa. Erityisesti sisäiseltä viestinnältä vaaditaan erityistä tarkkuutta ja selkeyttä, sillä tilanne voi olla vaikea tai jopa pelottava. Rauhoittaminen, oikean tiedon jakaminen sekä epävarmuuden ja avuttomuuden lieventäminen ovat tällöin viestinnän ydintehtävät. Poikkeusoloja ei voi ennakoida, mutta suunnitelmien laatiminen ennalta ja omien kykyjen kehittäminen auttavat toimimaan rakentavasti ja rauhallisesti myös poikkeusoloissa.

Tässä oppaassa vastaamme erityisesti seuraaviin kysymyksiin:

- ▶ Miksi viestinnän on tärkeää valmistautua kriisitilanteisiin?
- ▶ Miten voin vahvistaa omaa osaamistani poikkeusoloihin varautumisessa?
- ▶ Miten toimin, jos koronavirus iskee omalle työpaikalle tai vaikuttaa muuten organisaation toimintaan?

Miten voit valmistautua kriiseihin?

Huonosti toteutettu viestintä kriisitilanteessa voi johtaa organisaation kannalta merkittäviin vahinkoihin. Kriisiviestinnällä pyritään minimoimaan näitä mahdollisia liiketoiminnalle aiheutuvia vahinkoja. Kriisiviestintäsuunnitelma auttaa varautumaan kriisiin ja mahdollistaa sen, että kriisin iskiessä tarvittavat toimenpiteet käynnistyvät ripeästi. →

1. Valmistaudu

- Tee mahdollisista kriiseistä taustaselvitys, käy läpi myös kaikista pahimmat poikkeusolojen tilanteet. Kysy, mitä organisaation viestijät ja viestintää työnsä yhteydessä tekevät (esimerkiksi HR) ajattelevat kriisiviestinnästä, mahdollisista kriiseistä ja millaista tukea he niihin kaipaisivat.

2. Kartoita

- Muodosta taustaselvityksen pohjalta uhkakartoitus – mikä on todennäköisin organisaatiota uhkaava kriisi ja mitkä ovat organisaation tämänhetkiset valmiudet vastata siihen? Poikkeusoloissa on arvioitava myös valmiuksia vastata epätodennäköisempiin uhkiin, kuten toimipisteiden sulkemisiin, karanteeneihin tai täydelliseen tuotantokatkokseen.

3. Suunnittele strategia

- Rakenna tunnistettujen uhkien pohjalta kriisiviestintästrategia, jonka avulla viestintää toteutetaan kriisin iskiessä. Hyvin suunnitellulla ja tehokkaalla kriisiviestinnällä minimoidaan kriisistä aiheutuvia mahdollisia haittoja ja luodaan turvallisuutta uhkaavaan tilanteeseen.

4. Valmistaudu toimimaan

- Laadi kriisiviestintäsuunnitelma ja ohjeistus, joka vastaa todennäköisimpiin skenaarioihin – miten toimisimme kriisitilanteessa? Muista tehdä myös sosiaalisen median kriisiviestintäohjeistus. Tee tarvittaessa toimintaehdotus organisaation rakenteiden ja toimintatapojen päivittämisestä.

5. Harjoittele

- Vaikka kriisi tulee aina yllättäen, siihen voi valmistautua ennakkoon. Kriisiviestintävalmennus ja sparraus ovat hyvä tapa valmistella organisaation avainhenkilöt poikkeustilanteeseen.

6. Muista

- Valmistautuminen kannattaa, muuten tekemättä jäänyt ennakoiva työ tulee tehtäväksi hätäisemmällä aikataululla kriisin keskellä.

Miten toimia koronavirustilanteessa?

Koronavirus herättää pelkoa ja epävarmuutta. Keskittyminen työntekoon ja arkisiin toimiin voi heikentyä. Huhut yleisesti sekä myös organisaatioissa leviävät vauhdilla ja väärät käsitykset saavat jalansijaa, ellei niitä oikaista määrätietoisesti ja ripeästi.

Monissa organisaatioissa koronaviruksen aiheuttamat kerrannaisvaikutukset voivat ulottua myös liiketoimintaan ja yrityksessä saattaa alkaa liiketoiminnan kannattavuuteen kohdistuvia toimenpiteitä. Nämä aiheuttavat itsessään myös lisää kysymyksiä.

Organisaatioissa paine kohdistuu erityisesti viestinnän ja HR:n asiantuntijoille, joilta odotetaan erityisesti sisäisessä viestinnässä yhtä aikaa nopeutta, tarkkuutta, empatiaa ja määrätietoista otetta. Vaatimukset voivat tuntua kohtuuttomilta, mutta harvinaisessa vuosien tai vuosikymmenien välein toteutuvassa äärimmäisessä poikkeustilanteessa painetta on pyrittävä sietämään ja on pystyttävä toimimaan paineesta huolimatta. Kyse voi olla äärimmäisen kriittisistä kysymyksistä, joilla voi olla vaikutusta jopa organisaation liiketoimintaan.

Oppaan neuvot ovat tarkoitettu tueksi organisaation omia ohjeistuksia, viestejä ja ulostuloja laadittaessa. →

6 vinkkiä koronaviestintään

1. Tutustu viranomaisten ohjeisiin

- ▶ Terveyden ja hyvinvoinnin laitos THL:n COVID-19-tietopaketti.
 - ▶ Ulkoministeriön matkustusohjeet.
 - ▶ Muut viranomaisohjeet ja niihin liittyvät suositukset ja määräykset.
- Varmista, ettei oman organisaatiosi viestintäsi ole ristiriidassa viranomaisten viestien kanssa!

2. Katso WHO:n suositukset

- ▶ WHO:lta löydät laajan tietokannan, joka sisältää ohjeita, suosituksia ja usein kysytyjä kysymyksiä.
- Voit peilata organisaatiosi ohjeita WHO:n tuottamiin sisältöihin ja hyödyntää heidän aineistojaan soveltuvien osien esimerkkinä.

3. Tarkista organisaatiosi työehtosopimuksien sisältö ja työlainsäädäntö

- ▶ Varmista, että työehtosopimuksien ja työlainsäädännön linjaukset eivät ole ristiriidassa keskenään.
 - ▶ Kysy tarvittaessa neuvoa työnantaja- ja toimialaliitosta.
 - ▶ Sitouta henkilöstön edustajat pitämällä heitä informoituna.
- Kiiretilanteessakin on varmistettava, etteivät sisäiset ohjeet ole ristiriidassa työntekijöiden oikeuksien tai heitä koskevien sopimusten kanssa.

4. Käy läpi oman organisaatiosi aiemmat käytännöt ja ohjeistukset

- ▶ Miten organisaation omat käytännöt ja ohjeet soveltuvat tilanteeseen?
 - ▶ Hyödynnä vanhaa, mahdollisesti harjoiteltua toimintatapaa COVID-19-tilanteeseen ja muokkaa sitä tarpeen vaatiessa.
 - ▶ Useassa maassa toimivassa konsernissa kiinnitä huomiota siihen soveltuvatko organisaation ohjeet sellaisenaan kaikkiin maihin. Soveltuvatko ohjeet Suomeen? Aiheuttavatko ne mahdollisesti hämmennystä, mikäli niitä ei muokata sopimaan kohdemaahan?
- On tärkeää, että organisaation viestinnällä on yhteinen linja - hämmennys rikkoo luottamuksen.

5. Rakenna organisaatiollesi yhtenäinen viesti

- ▶ Älä muuta viestinnän tapaa ja kanavien käyttöä ilman perusteellista harkintaa.
 - ▶ Pidä viestinnän sävy ja tyyli mahdollisimman samanlaisena kuin mitä sisäisessä viestinnässä aiemmin on käytetty.
 - ▶ Muista viestinnän kaksisuuntaisuus ja rakenna palautekanava. Vastaa palautteeseen ja huoliin.
 - ▶ Hyödynnä harkinnan mukaan erilaisia tapoja viestiä, kuten videot, tekstiviestit tai puhelurinki.
- Älä hätiköi, vaikka kiusaus siihen voi olla suuri. Vakaasti ja rauhallisesti toimiminen synnyttää turvaa.

6. Tee tarvittaessa myös ulkoista viestintää

- ▶ Arvioi onko organisaatiolasi tarvetta tehdä ulkoista viestintää.
 - ▶ Toteuta ulkoista viestintää organisaation kriisiviestintä-suunnitelman mukaisesti.
 - ▶ Huomioi tarvittava viranomaisyhteistyö ja siihen liittyvä viestintä.
- Ole avoin ja muista huomioida myös organisaatiosi työntekijöiden näkökulma ulkoisessa viestinnässä.

Kolme **K**:ta

1 **Kunnioita** työntekijöiden tunteita:

pelko, hämmennys, jopa viha ovat inhimillisiä ja ymmärrettäviä tunteita poikkeusoloissa.

2 **Kitke** huhut:

tarjoa oikeaa tietoa, toista tarvittaessa, ole sinnikäs kitkentätyössä.

3 **Katso** tulevaisuuteen:

mitä tilanteesta voi oppia, miten toimitaan jatkossa fiksummin - miten palaamme arkeen hyvässä järjestyksessä.

Autamme sinua varatumaan mahdollisiin poikkeustilanteisiin ja kriiseihin. Tutustu palveluihimme verkkosivuillamme www.source.fi tai ole yhteydessä asiantuntijoihimme.

Kriiseistä selvittää yhdessä.



Juhana Harju
vanhempi konsultti
p. +358 44 010 1004
juhana.harju@source.fi

*Tutustu myös kriisiviestintään pureutuvaan podcastiimme **Kriisin anatomia**.
Löydät podcastin Spotifysta ja Apple Podcast -palveluista!*