

KRIISIVIESTINNÄN OHJEET MATKAILUALUEILLE

1. OHJE: Kriisin alkuvaiheessa tiedustelut ohjataan viranomaisille.

Kriisitilanteessa viestinnän protokolla on seuraava:

Mikäli tapahtuma on sen kaltainen, että siihen liittyy viranomaisia (pelastuslaitos, poliisi, tulli, rajavartiolaitos, puolustusvoimat, ympäristöviranomaiset tmv.), niin viestintävastuu on aina toimivaltaisella viranomaisella. Esimerkiksi pelastuslaitos vastaa onnettomuustilanteen viestinnästä niin kauan aikaa kuin pelastustehtävät ovat käynnissä ja poliisijohtoisissa tilanteissa poliisi vastaa viestinnästä kunnes operatiivinen tilanne on päättynyt ja siitäkin eteenpäin, mikäli tapahtumasta seuraa poliisin tekemä tutkinta.

Pelastuslaitos tiedottaa tapahtuman faktat hätäkeskuksen kautta medialle (ensitiedote ja jatkotiedote) http://www.112.fi/medialle/pelastustoimen_mediapalvelu.) Poliisi tiedottaa oman tiedotejärjestelmänsä kautta medialle sekä nettisivuilleen <http://www.poliisi.fi/lappi/tiedotteet> ja sosiaalisessa mediassa (Twitter ja Facebook). Tarvittaessa viranomaiset antavat vaaratiedotteen, jonka YLE välittää.

Ajantasainen faktatieto löytyy nopeasti näistä kanavista:

www.twitter.com/lapinpoliisi

www.facebook.com/poliisilappi

www.poliisi.fi

www.facebook.com/lapinpelastuslaitos

<https://twitter.com/lapinpelastuslaitos>

www.lapinpelastuslaitos.fi

2. OHJE: Tarkista aina faktatieto viranomaiskanavista. Älä lähde spekulimaan asioilla tai kommentoimaan huhuja.

3. OHJE: Pidä oma organisaatiosi sekä tarpeelliset sidosryhmät tietoisena tilanteesta ja sen kehittymisestä. Tee yhteistyötä.

Harkintasi mukaan välitä tieto eteenpäin: mitä on tapahtunut ja missä, ketä on osallisina ja kuka osaa antaa lisätietoa tapahtumista. Lisäksi ilmoita, jos koet tarvitsevasi apua tai neuvoja viestinnän hoitamisessa. Tee yhteistyötä viranomaisten viestinnän ja mahdollisten muiden asianosaisten kanssa.

4. OHJE: Kerro nopeasti tilanteen paikkansapitävät faktat omissa viestintäkanavissanne. Älä spekuloi. Muista laittaa viestin loppuun yhteystiedot mistä saa lisätietoa.

Jos olet asiaosainen tilanteessa, päivitä varmat tiedot tapahtuneesta organisaationne viestintäkanaviin, kuten verkkosivuille ja sosiaaliseen mediaan nopeasti. Päivitä tietoja aktiivisesti. Toista viranomaisten vahvistamia tietoja omissa kanavissasi. Välitä kaikissa kanavissa yhtenäistä viestiä.

5. OHJE: Aja tarvittaessa alas mainoskampanjat, jotka muistuttavat kohteesta tai välittävät kriisiin nähden ristiriitaista tietoa.

Jos organisaatiollanne tai alueella on menossa digitaalinen mainoskampanja, joka muistuttaa kohteesta tai välittää kriisiin nähden ristiriitaista tietoa, huolehdi että se tarpeen tullen ajetaan alas. Mainonnan alasajon voi suorittaa joko itse, tai ottaa yhteyttä markkinointia ylläpitäviin omiin henkilöihin tai tahoihin (esim. markkinointikumppanit).

6. OHJE: Jos epäilet tarvitsevasi apua viestinnässä, pyydä sitä empimättä.

Jos on syytä olettaa, että tapahtumalla voi olla vaikutuksia laajemmin mielikuvaan alueen matkailusta, ota yhteyttä aluetason viestinnän ammattilaisiin. He osaavat auttaa sinua viestien sisällössä ja muotoilussa suomeksi ja englanniksi sekä välittää viestiänne mediapalvelun kautta ja seurata keskustelua mediaseurantatyökalulla myös kansainvälisesti.

7. OHJE: Pysy yhtenäisesti viestissäsi ja faktoissa. Kerro myös tarvittaessa se, ettei vielä ole lisää kerrottavaa ja aika, milloin lisätietoa saa. Valitkaa kuka kommentoi asiaa mediassa.

Pitäydy faktoissa. Älä kommentoi naapurin asioita tai pohdiskele ääneen varmistamattomia asioita, vaikka sinua yritettäisiin saada spekuloidaan. Kriittisimmän vaiheen jälkeen voit lisäksi ”sanoittaa” organisaation tai asianosaisten tuntoja (esimerkiksi organisaation johdon kertomana) ja kertoa mitä tapahtuneeseen liittyen tehdään jatkossa tai miten se vaikuttaa tulevaan: *Tapahtuma on koskettanut koko kylää syvästi. Otamme osaa uhrien omaisten suruun. Tapahtuman uhrien muistolle järjestetään tilaisuus seurakuntatalolla xx.xx.xxxx klo 17.00.* Muista että on viranomaisten tehtävä mm. vahvistaa loukkaantuneiden tai kuolleiden lukumäärä, eikä poliisi vahvista kuolleiden lukumäärää, ennen kuin kuolinviesti omaisille on toimitettu.

8. OHJE: Jos keskustelu käy kuumana somessa, hengitä syvään ja mene tarvittaessa mukaan keskusteluun.

Muista, että sosiaalinen media on keskustelua. Pysy faktoissa, älä menetä malttiasi ja pysy (yli)ystävällisenä. Ohjaa keskustelijat tarvittaessa oikean tiedon äärelle, kuten poliisin tiedotteeseen.

9. OHJE: Muista myös levätä ja pitää itsesi toimintakuntoisena.

10. OHJE: Kriisin lauettua käy tapahtuma läpi ja mieti miten kriisiviestintäänne voisi vielä kehittää. Päivitä kriisiviestintäohjeenne.



HOUSE OF LAPLAND

KRIISIVIESTINTÄVINKIT MATKAILUYRITYKSELLE

Kriisiviestinnän yleisperiaatteet: **tapahtuman aluksi tiedotusvastuu on viranomaisella, pidä oma pääsi kylmänä ja pidädy faktoissa sekä pyydä tarvittaessa apua.**

- 1) Ensivaiheen **tiedotusvastuu on viranomaisilla**
- 2) Jos tapahtuma koskee sinua, organisaatiosi tai asiakkaitasi, etsi mahdollisimman nopeasti **faktatieto tapahtuneesta** esimerkiksi www.poliisi.fi/lappi
- 3) **Viesti tapahtumasta vain jos olet asianosainen ja tiedät/olet sopinut, mitä voi kertoa vaarantamatta viranomaisten toimintaa.** Muussa tapauksessa ohjaa haastattelupyynnöt viranomaisille. Tee yhteistyötä mahdollisten muiden asianosaisten ja viranomaisten viestinnän kanssa.
- 4) Pidä oman organisaatiosi **avainhenkilöt tietoisina** asiasta. Sopikaa työnjako: johtaja kommentoi medialle, muut auttavat tilannetiedon keräämisessä ja varmistamisessa.
- 5) Mikäli näet tarpeelliseksi, **välitä tieto nopeasti** oman alueesi matkailun alueorganisaatiolle. Heidän kauttaan saat tarvittaessa yhteyden maakuntatason kriisiviestintäkoneistoon ja tukea sitä kautta. Tarvittaessa **aja alas** meneillään olevat **mainoskampanjanne**.
- 5) **Kerro varmistetut faktat** nopeasti organisaatiosi viestintäkanavissa, kuten verkkosivuilla ja somessa. Pidä tiedot ajan tasalla.
- 6) **Älä piiloudu medialta, mutta älä myöskään spekuloi.** Voit aina itse päättää minkälaisen viestin sinä asiasta välität. Pysy faktoissa, toista tarvittaessa ja välitä kaikissa viestintäkanavissa yhtenäistä viestiä.
- 8) Toimintatapoja median kohtaamisessa on kolme:
 - a. **tiedän vastauksen** ja kerron sen teille (faktat)
 - b. **en tiedä vastausta**, mutta selvitän sen ja palaan asiaan (kerro milloin)
 - c. **en voi vielä vastata** kysymykseen, mutta pystymme kertomaan asiasta myöhemmin (kerro milloin)
- 9) **Seuraa** perinteistä **mediaa** ja somea. Katkaise tarvittaessa vääriä tietoja siivet toistamalla faktat. Pysy some-keskusteluissa rauhallisena ja ystävällisenä.

Kriisin mentyä ohi **käy tilanne läpi** ja mieti miten voitte kehittää kriisiviestintäprosessianne

Tulosta nämä ohjeet näkyvälle paikalle toimistoonne.

Suosittelemme, että oman organisaationne sisällä laaditte sisäisen kriisiviestintäsuunnitelman: mitä pitää huomioida juuri teidän organisaation kohdalla, kuka saa kommentoida medialle, miten viestit kulkevat organisaationne sisällä eli kaikille avainhenkilöille ja koko henkilöstölle kriisitilanteen ennen/aikana/jälkeen.