



Kriisiviestintäsuunnitelma

Päivitetty 10.7.2024.

1. Ennakointi ja kriisien tunnistaminen

Kriisejä voi olla kahdentyyppisiä; mainekriisejä ja poikkeustilanteita, kuten onnettomuuksia. Padel Sawo ry pyrkii varautumaan ja ennakoimaan erilaisia kriisitilanteita.

Seura pyrkii varautumaan kriiseihin esimerkiksi:

- kysymällä säännöllisesti itseltämme kaikkein haastavampia kysymyksiä, jotka voidaan esittää seuran toimintaan liittyen
- peilaamalla toimintaamme yleisesti julkisuudessa käytyihin teemoihin ja keskusteluihin (esim. #metoo)
- kysymällä ulkopuolisilta tahoilta, miltä toimintamme näyttää ulospäin
- varmistamalla, että toimimme kaikilla osa-alueilla laillisesti ja oikein
- varmistamalla, että toimintamme on kaikilla tasoilla läpinäkyvää
- varmistamalla, että käytössämme on kanavia, joissa on mahdollista kertoa epäkohdista.

2. Avainhenkilöt eli kriisiviestintäryhmä

Padel Sawon ry:n kriisiviestintäryhmä koostuu ensisijaisesti seuran puheenjohtajasta ja hallituksen jäsenistä, jotka nimetään syyskokouksessa. Ryhmä kokoontuu välittömästi kriisitilanteessa ja kun koetaan seuran hallituksessa aiheelliseksi. Puheenjohtaja perustaa kriisiviestintäryhmän. Puheenjohtajan estyessä tehtävä siirtyy varapuheenjohtajalle. Vaikka kriisiviestinnän ydinryhmä koostuisi vain muutamasta henkilöstä, on koko hallitusta ja tarvittaessa myös seuran työntekijöitä pidettävä ajan tasalla. Ydinryhmä voi tehdä päätöksen muiden apuvoimien, kuten juristin käyttämisestä kriisin hoitamisessa.

3. Käytännön toimet kriisin kohdatessa

- Puheenjohtaja (tai varapuheenjohtaja) perustaa kriisiviestintäryhmän
- Kriisiviestintäryhmä kokoontuu ja selvittää asioiden ja tapahtumien kulun
- Tunnistetaan tiedotukselliset kohderyhmät



- Vahvistetaan työnjako: kuka kontaktoi kriisin osalliset (esim. onnettomuudessa loukkaantuneen huoltajat), kuka laatii tiedotteen ja kuka kommentoi esim. medialle ja muille kyselijöille
- Listataan tarvittavat muut toimenpiteet (esim. järjestellä seuraavan päivän valmennukset)
- Tarvittaessa yhteys lakimieheen ja ulkoa hankittavaan viestintäapuun.

4. Tiedottaminen

Tarkemmat tiedottamisen sidosryhmät- ja mediavalinnat tehdään huolella kriisin laajuuden mukaan. Tilanteesta riippuu, tehdäänkö suppeampi tiedonanto vain verkkosivuille tai somekanaville vai laaditaanko laajempi selonteko medialle ja muille sidosryhmille jaettavaksi. Kriisin laajuudesta ja luonteesta riippuen on syytä tehdä päätös myös siitä, kannattaako esim. sosiaalisen median kautta tuleviin kysymyksiin vastata.

Padel Sawo ry:n työnjako tiedotustilanteissa:

- Julkinen kommentointi tapahtuu ensisijaisesti seuran puheenjohtajan kautta
- Käytännön tiedotuksen toteutumisesta vastaa seuran puheenjohtaja yhteistyössä kriisiviestinnän ydinryhmän kanssa

Tiedotteen yleisisältö:

- 1) Kerrotaan faktat tapahtuneesta
- 2) Kerrotaan jatkotoimenpiteet tarvittaessa
- 3) Mistä saa lisätietoa ja ketä voi haastatella asian tiimoilla

5. Kriisiviestinnän tavoitteita

Padel Sawo ry:n päätavoitteita kriisiviestinnässä ovat:

- Oikean ja rehellisen mielikuvan synnyttäminen
- Mielikuva ammattimaisesti johdetusta ja toteutetusta toiminnasta
- Seura suhtautuu kriisiin ja sen mahdollisiin uhreihin vakavasti ja tekee aina voitavansa kulloisessakin tilanteessa.

Tavoiteltava viestintämme kriisitilanteessa tulisi olla nopeaa, oma-aloitteista, avointa, rehellistä, vastuullista ja inhimillistä sekä empaattista.



6. Jälkihoito

Kriisiviestintäryhmä järjestää tilanteen jälkeen kokouksen, jossa käydään läpi tapahtunut kriisitilanne. Jälkihoidossa apuna voi käyttää tätä kysymyslistaa:

- Mistä kriisi johtui?
- Olisiko kriisi pystytty välttämään?
- Havaittiinko kriisi ajoissa? Jos ei, miksi ei?
- Lähtikö kriisiviestintäryhmän toiminta ja tiedottaminen nopeasti käyntiin? Jos ei, miksi ei?
- Toimiko sidosryhmäviestintä? Jos ei, miksi ei?
- Menikö oma viesti läpi mediassa? Jos ei, miksi ei?
- Vääristyikö viesti jotenkin? Jos vääristyi, mikä oli syy?
- Korjattiinko väärät tiedot ja huhut? Jos ei, miksi ei?
- Miten avainhenkilöt suoriutuivat haastatteluista tai tiedottamisesta?
- Mitä puutteita viestinnässä havaittiin?
- Vaikuttiko kriisi organisaation julkiseen kuvaan ja maineeseen?
- Mitä pitäisi tehdä maineen palauttamiseksi?