



Plan  
Policy  
Handlingsplan  
**Riktlinje**

Uppdaterad 2018-10-17

# Riktlinjer för kriskommunikation

## Innehåll

Syfte.....	3
Särskild händelse och extraordinär händelse.....	3
Kommunikationsarbete vid kriser .....	3
Inledningsskede .....	3
Under krisens gång.....	4
Avveckling och uppföljning.....	4

## Bilagor

Bilaga 1	Att tänka på i kriskommunikationsarbete
Bilaga 2	Arbetskort
Bilaga 3	Kommunikationskanaler
Bilaga 4	Kriswebb och krismeddelande på forshaga.se
Bilaga 5	Råd till dig som ska möta media
Bilaga 6	Checklista för uppföljning av kommunikationsarbetet
Bilaga 7	Larmlista kommunikatörer
Bilaga 8	Viktiga telefonnummer och kontaktuppgifter vid kris

**Fastställt av:** kommunens ledningsgrupp

**Fastställt datum:** 2017-10-03

**Dokumentet gäller till och med:** tills vidare

**Dokumentet gäller för:** alla förvaltningar

**Dokumentansvarig:** kommunledningskontor, kommunikatör

**Diarienummer:** KS 2018/292

**Vision och budget med strategisk plan.** Vision: *"Forshaga barnkommun. I våra barn finns framtiden och vi bygger ett samhälle för nuvarande och kommande generationer. Genom hållbara, långsiktiga och ansvarstagande lösningar får vi en attraktiv och trygg kommun även i framtiden."*

Kommunfullmäktiges budget med strategisk plan är kommunens viktigaste övergripande styrdokument. I budgeten återfinns också vår vision, det önskvärda framtida tillståndet för kommunen och kvalitets- och styrmodellen som övergripande beskriver hur den kommunala verksamheten ska styras, följas upp och utvärderas. Strategisk plan innehåller kommunens övergripande mål, värdegrund och tre hållbarhetsstrategier.

**Plan** anger inriktning och konkreta mål i en fråga av större vikt. Den är vägledande för beslut och styrning. Planen tar inte ställning till utförande eller metod. Har en begränsad giltighetstid och ska följas upp. Exempel på plan kan vara Bostadsförsörjningsplan. Beslutas av kommunfullmäktige, kommunstyrelsen eller nämnd.

**Policy** är ett kortfattat dokument på en övergripande nivå om specifika, strategiskt viktiga områden. Den är vägledande för beslut och styrning. Policy tar inte ställning till utförande eller metod. En policy är vanligtvis långvarig, och gäller tills vidare. En policy bör konkretiseras i andra styrdokument, oftast i riktlinjer. Exempel på policy kan vara Upphandlingspolicy och Kommunikationspolicy. Beslutas av kommunfullmäktige, kommunstyrelsen eller nämnd.

**Handlingsplan** är en sammanställning av aktiviteter som tillsammans ska leda till att uppnå mål. Den visar konkret vad som ska göras inom ett visst område, vem/vilka som ansvarar för uppgiften, ekonomiska konsekvenser samt när det ska vara klart alternativt när det ska följas upp. Omsätter ofta inriktningen i planen till konkreta åtgärder. Exempel på handlingsplan kan vara Handlingsplan för nybyggnation av flerfamiljshus på Åsmyren. Beslutas av kommunchef, förvaltningschef eller ledningsgruppen.

**Riktlinjer** är den mest konkreta formen av styrdokument. Ett dokument som innehåller en anvisning eller rekommendation för hur exempelvis en policy ska uppnås. Riktlinjer avser främst frågor rörande ren verkställighet. Riktlinjer kan betraktas som en slags handbok som ska ange ramarna för vårt handlingsutrymme i en viss fråga. Gäller tillsvidare vilket innebär att gamla riktlinjer måste upphävas när de blir inaktuella. Exempel på riktlinjer kan vara Riktlinjer för användande av sociala medier. Beslutas av kommunchef, förvaltningschef eller ledningsgruppen.

## Syfte

Riktlinjernas syfte är att ge ett stöd för de som arbetar med att informera under en kris.

## Särskild händelse och extraordinär händelse

Riktlinjerna gäller vid en särskild händelse. Om det inträffade bedöms som en extraordinär händelse gäller Karlstadsregionens Räddningstjänstförbunds gemensamma kriskommunikationsplan.

**Särskild händelse** är en händelse som avviker från det som betraktas som normalt. Den kräver extra resurser och snabba insatser och beslut. Den skapar ofta ett stort intresse från allmänhet och media och kan utvecklas till en extraordinär händelse.

**Extraordinär händelse** är en händelse som avviker från det normala, innebär en allvarlig störning eller överhängande risk för allvarlig störning och kräver skyndsamma insatser. Beslut om en särskild händelse ska benämnas extraordinär händelse tas av Krisledningsnämnden. En extraordinär händelse skapar ett stort intresse från allmänhet och media.

## Kommunikationsarbete vid kriser

Kriskommunikationen ska hantera bilden av en kris, inte hantera krisen i sig. Kommunikation vid en kris ska ge alla berörda så god och enhetlig information som möjligt i ett så tidigt skede som möjligt.

En liten kris kan genom bilden av händelsen bli stor. Därför är det viktigt med ett strategiskt och planerat kommunikationsarbete, både under och efter krisen.

Kommunikation i kris ska:

- Utformas så att kommunen framstår som korrekt, öppen, snabb, tydlig, lättförståelig och empatisk
- Bidra till att minimera skador för verksamhet, samhället, medborgare och miljön
- Medverka till att verksamhet så snart som möjligt återgår till det normala

## Inledningsskede

### 1. Ansvar

Den som är verksamhetsansvarig är även informationsansvarig. Det innebär att den verksamhetsansvarige ansvarar för att samråda med, och kalla in, kommunikatörer som ska ingå i krisledningsgruppen. Se Telefonlista kris, bilaga 8.

### 2. Bemanning

Kommunikatör som kontaktats kallar, i samråd med verksamhetsansvarig, in de personer som ska ingå i informationsorganisationen. Bemanningen avgörs av händelsens art och storlek.

### 3. Analys

I samråd med krisledningsgruppen har kommunikatörerna huvudansvar för att analysera:

- vad vi behöver och kan informera om
- hur händelsen kan tänkas uppfattas
- vilka målgrupper som ska prioriteras
- vilka kanaler som är bäst lämpade
- vilka informationsbehov som kan tänkas uppstå
- avgöra vilka som internt behöver informeras

### 4. Talesperson

Utse en person som kan svara på frågor och som har befogenhet att besluta vad som bör sägas vid kontakter med media.

### 5. Samla information/omvärldsbevaka

Hämta in information från omvärlden. Det kan vara såväl fakta som ögonvittnesskildringar, rykten och människors egna beskrivningar av händelsen.

## 6 Kontakta andra

Ta eventuellt kontakt med myndigheter och andra involverade för att samordna såväl informationsaktiviteter som budskap.

## 7. Informera

Vi ska gå ut med information om händelsen så fort som möjligt. Även om det inte finns så mycket att förmedla ska vi berätta att:

- vi vet att krisen inträffat
- vem som ansvarar för krishanteringen
- när ytterligare information kan lämnas
- var man kan få mer information.

## Under krisens gång

### Målgrupper och kanaler

Vi använder de kanaler som är mest effektiva utifrån aktuella målgrupper, sammanhanget och händelsen. Kanalerna ska ge människor möjlighet att få och lämna information.

Målgrupper kan exempelvis vara media, medborgare, besökare, anhöriga på annan plats, medborgare med särskilda behov, medborgare med annat modersmål, kommunens personal eller politiker. Ibland behöver vi nå speciella grupper med information som har betydelse enbart för dem.

Basen för all kommunikation under en kris är kommunens webbplats. I övrigt används i första hand sociala medier, massmedia och intranät. I vissa fall kan det även finnas behov av möten, brev, flygblad, affischer och annonser.

### Myndighetsmeddelanden

Forshaga kommun har enligt lag möjlighet att sända meddelanden via Sveriges Radio, Sveriges Television, SVT Text, TV4, Kanal 5 och Kanal 9. Det finns två nivåer av meddelanden:

- Informationsmeddelanden  
Kommunen kan begära att få sända informationsmeddelande när normal verksamhet inte kan bedrivas. Det kan röra sig om inställda skolskjutsar på grund av snöoväder, störningar i vatten- eller elförsörjning och liknande situationer. Radio/TV sänder meddelandet så snart som möjligt.
- Varningsmeddelanden, VMA  
VMA avbryter sändningar om det är omedelbar fara för liv, egendom eller miljö. Behöriga att begära sändning av VMA är räddningschef, räddningsledare, polismästare och räddningstjänstansvariga myndigheter på regional och central nivå. Det finns även VMA via SMS.

### Samordning

Vi samarbetar med andra aktörer, för att dels samordna budskap och aktiviteter, dels informera varandra om bedömningar, beslut och agerande.

### Följ upp informationsinsatserna och omvärldsbevaka

Följ upp behovet av dialog och information. Analysera de frågor som kommer in, omvärldsbevaka och läs vad som skrivs i media.

Under krisen är det viktigt att snabbt kunna upptäcka och dementera felaktigheter eller rykten som börjar sprida sig. Läs vad som skrivs i nyhetsmedier, sociala medier, bloggar och forum.

## Avveckling och uppföljning

När krisens kulmen har passerat trappas informationsaktiviteterna gradvis ner.

Kommunikationsarbetet under krisen ska utvärderas skriftligt snarast efter det att verksamheten återgått till det normala. Underlag till utvärderingen är den loggbok som dokumenterar händelserna under krisen samt synpunkter från de som deltagit i kriskommunikationen och i krisledningen. Utvärderingen ska, förutom händelseutvecklingen, belysa vad som gjordes bra och vad som kan göras bättre.

## Bilaga 1

# Att tänka på i kriskommunikationsarbete

### Vad har hänt?

- Vad har hänt?
- Vilka är inblandade?
- När och var hände det?
- Vad händer nu?
- Vem är ansvarig?
- När får vi information?

### Tips!

- Sök fakta från säkra källor.
- Spekulera inte eller ge för tidiga löften.
- Ta reda på rykten; vad pratar folk om på samhället och i sociala medier.
- Ta reda på vad medierna redan berättat och fundera över hur de kommer att vinkla händelsen.

### Vilka behöver få information?

- Ledning (tjänstemän, politiker)
- Växel
- Personal
- Berörda
- Anhöriga
- Allmänhet
- Medier
- Vårdcentral
- Kyrkorna
- Berörda företagare

### Tips!

- Många "vet" redan mycket. Förmedla därför snabbt korrekt information.
- Att informera om att man inte har någon information är också information: tystnad ger sken av att man döljer något.
- Förse ledningen med fakta, mediebilder och rykten.
- Förse växel med aktuella fakta.
- Interninformation är viktigt - de anställda för informationen vidare.
- Lyssna, besvara och ta tillvara på inkommande frågor och information.

### Hur och var når vi ut?

- Forshaga.se
- Intranätet
- Facebook
- Trafikredaktionen
- Media, se Kontaktlista bilaga 8
- VMA
- Växel
- 113 13 för att kunna svara på allmänhetens frågor och hänvisa till kommunens kanaler
- Möten
- Brev och informationsblad
- Verksamhetssystem
- Intern-TV
- Tillfälliga skyltar
- Skylt RV 62
- Anslagstavlor på allmänplats
- SMS
- WIS

### Tips!

- Det personliga mötet är viktigast för närmast berörda.
- Använd lokaler som är bekanta och skyddade från medierna för möten med berörda
- Använd kanaler som används till vardags.
- Samordna informationen i olika kanaler.
- Använd ett enkelt språk.
- Bjud tidigt in till pressinformation.

### **Dokumentera!**

- Spara pressmeddelanden, brev, flygblad med mera som går ut.
- Anteckna från informationsmöten, presskonferens etc.
- Spara loggar från webben och sociala medier.
- Skriv logg på intranätet i gruppen Kris eller i WIS.
- Samla artiklar/inslag från tidningar, radio, TV och Internet.

### **Tips!**

- Förbered pärm/tidskriftshållare för pressklipp, skickade och inkommande brev och infoblad, minnesanteckningar etc. - för ledningsgrupp, kommunikatörer och andra som behöver snabb inblick om vad som gjorts.
- Notera viktiga fakta på whiteboard - enkelt att få överblick över vad som planeras och genomförts.

### **Håll ut och följ upp!**

- Fyll på med information utifrån nya fakta, inkommande frågor, rykten, medieinslag mm.
- Följ upp och utvärdera löpande alla kommunikationsinsatser (kanaler, innehåll, rutiner, ansvar, etc.) direkt efter den "värsta krisen".
- Tänk ett steg vidare - vad undrar kommuninvånarna över nu? Vad är nästa fråga de ställer sig?

## Bilaga 2

# Arbetskort

## Arbetskort 1, förste kommunikatör på plats

Du är förste kommunikatör på plats. Arbetskort och bilagor finns i kommunchefens hylla i Krispärmen och på intranätet i gruppen Kriskommunikation. Använd aktivitetsflödet i gruppen Krislogg som loggbok och/eller för logg i WIS.

### 1. Öppna gruppen Krislogg på intranätet och ring verksamhetsansvarig

- Öppna gruppen Krislogg och/eller WIS och anteckna att du börjar arbeta utifrån arbetskort 1.
- Ta kontakt med kommunchef och/eller verksamhetsansvarig
  - Berätta att du är på plats och börjar arbeta efter arbetskort 1,
  - Utse presstalesperson
  - Ska fler kommunikatörer kallas in?
  - Har/ska räddningstjänsten kontaktas?
  - Försäkra dig om att ni har varandras kontaktuppgifter
- Uppdatera loggen med vem/vilka du ringt, när de kan vara på plats eller vilka du sökt utan att nå.

### 2. Ta reda på följande:

- Vad har hänt? När var och varför?
- Vem vet mest om det som hänt och vem är ansvarig?
- Vad arbetar vi med just nu?
- Uppdatera krislogg

### 3. Formulera budskap 1 och prata med presstalespersonen

- Öppna mallen Pressmeddelande (som finns på intranätet i gruppen Kriskommunikation)
- Formulera budskap 1:
  - Det här har hänt: vad-när-vem-varför
  - "Forshaga kommun arbetar nu med att..."
  - Om inget oförutsett händer så informerar vi nästa gång (kanal - tid, pressträff?).
- Kontakta utsedd presstalesperson och delge budskap 1 och bilaga 5 - Råd för dig som ska möta media.
  - Försäkra dig om att ni har varandras kontaktuppgifter
- Lägg ut budskap 1 på webbplatsen
- Lägg ut budskap 1 på Facebook
- Informera media via e-post, använd listan Mediakontakter kris, finns på intranätet i gruppen Kriskommunikation (ta med kontaktuppgifter till presstalesperson som bör vara informerad om detta)
- Uppdatera krislogg

#### 4. Informera fler personer

- Informera samtliga förvaltningschefer och växel via e-post. Använd listan Kontakter som ligger på intranätet i gruppen Kriskommunikation.
  - Det här har hänt
  - Länk till hemsidan/läs e-posten
  - Hänvisa all media till utsedd presstalesperson
- Vilka fler behöver få direktinformation?
- Vilka behöver vi samverka med för att få största möjliga effekt?
- Uppdatera krislogg

#### 5. Stäm av behov inför budskap 2

- Stäm av med presstalesperson: Vilka frågor får du och vad svarar du? Har vi behov av att förtydliga något? Vad är viktigt att kommunicera nu? När bör vi ha informera nästa gång?
- Uppdatera loggbok.
- Hur upplevs medias, allmänhetens och övrigas informationsbehov? Vilka budskap är viktigast just nu?
  - Stäm av med verksamhetsansvarig
  - Stäm av med den som arbetar med arbetskort 2
  - Stäm av med den som arbetar med arbetskort 3
- Uppdatera krislogg

#### 6. Formulera budskap 2 i pressmeddelande och prata med presstalespersonen

- Öppna mallen Pressmeddelande (som finns på intranätet i gruppen Kriskommunikation)
- Formulera budskap 2:
  - Det här har hänt: vad-när-vem-varför
  - "Forshaga kommun arbetar nu med att..."
  - Om inget oförutsett händer så informerar vi nästa gång (kanal - tid, pressträff?).
- Kontakta presstalespersonen och delge budskap 2
- Lägg ut budskap 2 på webbplatsen
- Lägg ut budskap 2 på Facebook
- Informera media via e-post, använd listan Mediakontakter kris, finns på intranätet i gruppen Kriskommunikation (ta med kontaktuppgifter till presstalesperson)
- Uppdatera krislogg



## Arbetskort 2, andre kommunikatör på plats

Du är andra kommunikatör på plats. Arbetskort och bilagor finns i kommunchefens hylla i Krispärmen och på intranätet i gruppen Kriskommunikation. Använd aktivitetsflödet i gruppen Krislogg som loggbok.

### 1. Öppna gruppen Krislogg på intranätet och meddela i loggen att du är på plats

- Öppna gruppen Krislogg och/eller WIS och anteckna att du börjar arbeta utifrån arbetskort 2.
- Meddela första person att du är på plats och arbetar enligt arbetskort 2.

### 2. Vad har hänt

- Läs loggboken och bilda dig en uppfattning om vad som hänt, vem som är presstalesperson, vem/vilka som är ansvariga, vad vi kommunicerat hittills och i vilka kanaler.
- Ta reda på vilken tidpunkt nästa information är planerad att lämnas
- Stäm av med första kommunikatör på plats om du har frågor/synpunkter.

### 3. Ta reda på mediabilden

- Vad rapporterar media? Stämmer det med den bild vi ger eller behöver vi korrigera något?
- Finns det skillnader i rapporteringen i Värmlandsmedia jämfört med riksmedia? Vad kan vi göra för att ena bilden?
- Skriv ned svar på de vanligaste frågorna/missuppfattningarna och övrigt vi behöver komplettera med.
- Uppdatera krislogg

### 4. Vad undrar allmänheten

- Scanna av sociala medier och stäm av med växeln, presstalesperson och verksamhetsansvarig.
  - Hur uppfattar allmänheten det som hänt? Vad undrar de och vad säger de? Finns det ryktesspridningar?
- Ta reda på svaren på de vanligaste frågorna/missuppfattningarna och övrigt vi behöver komplettera med.
- Uppdatera krislogg

### 5. Sprid det du fått reda på

- Meddela första kommunikatör på plats vad du kommit fram till. Bestäm vem av er som meddelar vidare till presstalesperson, verksamhetsansvarig och övriga.
- Bestäm vem som ska ansvara för att svara på frågor på Facebook.
- Uppdatera krislogg

### 6. Börja om från punkt 3

- Börja om med arbetskort 2 från och med punkt 3

## Arbetskort 3, tredje kommunikatör på plats

Du är tredje kommunikatör på plats. Arbetskort och bilagor finns i kommunchefens hylla i Krispärmen och på intranätet i gruppen Kriskommunikation. Använd aktivitetsflödet i gruppen Krislogg som loggbok.

### 1. Öppna gruppen Krislogg på intranätet och meddela i loggen att du är på plats

- Öppna gruppen Krislogg och/eller WIS och anteckna att du börjar arbeta utifrån arbetskort 3.
- Meddela första och andra kommunikatör att du är på plats och arbetar enligt arbetskort 3.

### 2. Vad har hänt

- Läs loggboken och bilda dig en uppfattning om vad som hänt, vem som är presstalesperson, vem/vilka som är ansvariga, vad vi kommunicerat hittills och i vilka kanaler.
- Ta reda på vilken tidpunkt nästa information är planerad att lämnas.
- Stäm av med första och/eller andra person på plats om du har frågor/synpunkter.

### 3. Ta hand om och utvärdera avlösningens behov

- Fixa fika, mat eller liknande till dina kollegor och stäm av om de behöver något mer just nu?
- Kontakta presstalespersonen om hens behov av avlösning, information eller annat.
- Upplever du att rätt person är på rätt plats? Behöver vi rotera, behöver någon vila eller lösas av?
- Uppdatera krislogg

### 4. Upplysnings- och avlösningens behov

- Kontakta förste kommunikatör på plats och verksamhetsansvarig
  - Berätta om avlösningens behov
  - Har växeln fått eller behöver den förstärkning?
- Behövs information på fler språk?
- Uppdatera krislogg.

### 5. Börja om

- Börja om från punkt 2.

## Bilaga 3

# Kommunikationskanaler

### Kommunikationskanaler

- [www.forshaga.se](http://www.forshaga.se), krismeddelande (lavinmeddelande i två nivåer, se bilaga 4)
- Intranät, e-post, verksamhetssystem (be om hjälp att sprida budskapet)
- Kommunens digitala informationstavla vid rv.62
- Pressmeddelanden och pressinbjudan
- Facebook
- SMS
- WIS
- Sveriges radios trafik- och serviceredaktion (bilaga 8)
- Anslagstavlor i kommunhus, biblioteken, skolor, förskolor, äldreboenden och andra kommunala lokaler som besöks ofta. Låt, om möjligt, ordinarie verksamhetsansvariga sprida informationen i offentliga lokaler
- Anslagstavlor i livsmedelsaffärer och på offentliga platser där många samlas eller passerar.
- OBS! Viktigt att ta bort/uppdatera uppsatt material
- Genom skolan

### VMA - viktigt meddelande till allmänheten

Ansvarig tjänsteman i kommunen kan aktivera VMA, det vill säga myndighetsmeddelande eller meddelande enligt VMA-systemet. Det görs genom kontakt med Räddningschef i beredskap som nås via SOS-alarm 112. Dessa meddelanden sänds i radio/TV och till alla mobiler i ett geografiskt område.

## Bilaga 4

# Kriswebb och krismeddelande på forshaga.se

## Om kriswebben

Kriswebben styrs med hjälp av metadata på webbhuset och har tre nivåer. I de två första nivåerna (nivå 0-störning och nivå 1-kris) syns den senaste kris artikeln i en krisbalk på alla sidor.

Vid nivå 2-utökad kris så syns även en lista med de 5 senaste kris artiklarna på startsidan, samt krislänkar och kriskontakt.

## Lägg till störnings- eller krisartikel

Artiklarna för störnings/krisinfo ligger i arkivet "Krisarkiv" som ligger i mappen "krisinfo", det är den senast publicerade artikeln som kommer ligga ute på samtliga webbsidor i nivå 0 och 1.

Gör följande steg för att skapa en ny artikel:

1. Ställ dig på krisarkivet och klicka på "skapa ny" i vänsterkolumnen
2. Välj mallen "krisartikel"
3. Fyll i information
4. Publicera

OBS, se till att alla gamla artiklar är avpublicerade!

## Visa krisinformation

Gör följande steg för att stänga av kriswebben eller ändra så den syns:

1. Högerklicka på huset "Forshaga" och välj "Egenskaper"
2. Under "Allmänt" väljer du "Metadata"
3. Leta upp metadatat "Visa Krisinfo" och välj i rullistan vilken nivå av krisinfo som ska synas, eller stäng av krisinfon genom att välja "Visa ingen krisinfo"
4. Publicera

## Vid utökad kris (nivå 2)

Länkarna och kontakten i nivå 2 styrs med hjälp av relaterad information/metadata.

## Ändra länkar

Gör följande steg för att ändra länkarna:

1. Högerklicka på huset "Forshaga" och välj "Egenskaper"
2. Under "Allmänt" väljer du "Metadata"
3. Leta upp metadatat "Krisinfo länkar"
4. Här väljer du vilka länkar som ska visas. Välj "plusset" för att lägga till ny länk

## Ändra Kontakt

Gör följande steg för att ändra länkarna:

1. Högerklicka på huset "Forshaga" och välj "Egenskaper"
2. Under "Allmänt" väljer du "Metadata"
3. Leta upp metadatat "Krisinfo kontakt"
4. Här väljer du vilka kontaktpersoner och telefonnummer som ska visas. Välj "plusset" och lägg till en text, varannan text ska vara namn och varannan ska vara telefonnummer.

Exempel:

Namn Namnsson

070-070 070 070

Annat Annatnamnsson

073-073 073 073

## Bilaga 5

# Råd till dig som ska möta media

### Inför en intervju

- Ta själv initiativet och se intervjun som en möjlighet
- Var tillgänglig och ring tillbaka till journalisten så snabbt det går
- Tänk genom ditt huvudbudskap och förbered svar på kritiska frågor
- Ta ansvar, erkänn fel, var ärlig och visa empati!
- Tänk efter innan du svarar
- Svara sakligt och spekulera inte
- Om du inte kan svara - säg att du inte vet men kan undersöka och återkomma senare
- Håll dig inom ditt eget yrkesområde
- Anta att allt är "on the record"
- Ljug eller gissa aldrig!
- Säg aldrig "inga kommentarer" (vilket låter som du har något att dölja)
- Undvik att bli upprörd eller förbannad!
- Försök svara kortfattat och rakt på sak. Inga oväsentliga detaljer
- Använd inte fackspråk!
- Välj lämplig lokal - helst inte i närheten av där det operativa arbetet bedrivs eller där det finns drabbade.

Läs gärna mer i Riktlinjer för kontakter med media.

## Bilaga 6

# Checklista för uppföljning av kommunikationsarbetet

När krisen är över är det viktigt att i närtid följa upp kommunikationsarbetet som gjorts. Detta genomförs av de som varit inblandade. Genom att titta på åsikter, tankar och synpunkter som framkommit på sociala medier, via e-post eller insändare kan man också få en bild av hur kommunikationsarbetet uppfattades utifrån.

Uppföljningen bör innehålla:

### 1. Bakgrund

- Sammanfattning av vad krisen gällde och vilka som berördes.

### 2. Organisation och funktioner

- Vilka arbetade med kommunikationsfrågorna?
- Hur såg roller och ansvarsfördelning ut?
- Vilka andra aktörer samarbetade vi med?
- Beskriv vad som fungerade bra och vad vi kan förbättra. Föreslå förändringar för att nå förbättringarna.

### 3. Vilka kanaler användes för vilka målgrupper?

- Lista vilka kanaler som användes för de olika målgrupperna.
- Beskriv vad som fungerade bra och vad vi kan förbättra. Föreslå förändringar för att nå förbättringarna.

### 4. Vilka aktiviteter genomfördes?

- Lista vilka aktiviteter som genomfördes.
- Beskriv vad som fungerade bra och vad vi kan förbättra. Föreslå förändringar för att nå förbättringarna.

### 5. Information och dialog

- Hur fungerade den information som vi tog fram?
- Hur fungerade vårt arbete med att svara på frågor och inlägg?
- Hur tog vi tillvara på frågor och inlägg för att utveckla informationen?
- Hur använde vi information från medborgarna i krisarbetet?
- Beskriv vad som fungerade bra och vad vi kan förbättra. Föreslå förändringar för att nå förbättringarna.

### 6. Massmedierna

- Vad fokuserade medierna på?
- Hur arbetade vi med mediekontakter?
- Beskriv vad som fungerade väl och vad som kan förbättras. Föreslå förändringar för att nå förbättringarna.