**Krisekommunikasjonsplan for Norwegian Group**

## 1. Innledning

Det å kommunisere godt både internt og eksternt under en krisesituasjon er svært viktig. Manglende kommunikasjon kan i seg selv bidra til å lage en ny krise som virksomheten må håndtere – en så kalt informasjonskrise.

Formålet med denne planen er å sikre effektiv og tydelig kommunikasjon i tilfelle det oppstår en krise som kan påvirke Norwegian Group eller et av våre selskap.

**Ingen skal legge ut noe på egne sosiale medier om en krise.** Deling av upassende eller uverifisert informasjon kan skade selskapets omdømme.

## 2. Kommunikasjonskanaler

Interne kanaler: Bruk kanaler hvor vi kan finne tilbake til det som er notert.

Foretrukket kanal er Teams, hvor man kan opprette en chat for å dele informasjon blant de involverte i situasjonen. Andre muligheter er e-post. Om det ikke er internett-tilgang så er SMS bedre enn en telefonsamtale. I tilfelle kommunikasjonen foregår på telefon må det noteres i loggen hva som blir sagt og hvem som har sagt hva.

Må dette publiseres eksternt? Enten kommunikasjonsansvarlig eller beredskapsleder skal ta en avgjørelse på dette. Bruk våre nettsider og sosiale medier, eventuelt media i form av pressemelding eller direkte kontakt.

## 3.Kommunikasjonsmodell

[Her](https://norwegiangroup.sharepoint.com/:w:/r/sites/HMSKVALITET/_layouts/15/Doc.aspx?sourcedoc=%7B91D03AD3-DA6A-48B9-85F7-9D56D7801BBD%7D&file=Samhandlingskart%20i%20Norwegian%20Group.docx&action=default&mobileredirect=true) finner du et forslag på kommunikasjonsmodell og hvem du kan informere.

## 4. Krisekommunikasjonsprinsipper

Kommunikasjonen under en krise skal følge disse prinsippene:

* Prioriter sikkerhet og mennesker først i all kommunikasjon.
* Kommuniser raskt for å unngå spekulasjoner.
* Vær ærlig og del kun allerede **bekreftet informasjon.**
* Tilpass budskapet til målgruppen.
* Hva som har skjedd

At ansatte ikke skal dele informasjon om hendelsen på sosiale medier eller uttale seg til media.

At all kommunikasjon håndteres av beredskapsleder eller kommunikasjon- og markedsansvarlig.

## 5. Standardmeldinger

Meldinger burde tilpasses etter situasjonen, men her er noen generelle eksempeler:

* Første respons internt:

“Vi er klar over situasjonen som har oppstått, og jobber med å håndtere dette på best mulig måte. Vi minner om at all kommunikasjon med media skal håndteres av [Beredskapsleder/Kommunikasjonsansvarlig], og at ansatte **ikke** skal uttale seg til media eller legge ut noe relatert til situasjonen på sosiale medier. Takk for at dere følger dette. Vi vil holde dere oppdatert med mer informasjon fortløpende.”

* Oppdateringer: Tydelig og kort informasjon om hva vi vet så langt og hvilke tiltak som er iverksatt.
* Medieutalelser: [Se standardmal for mediehåndtering](https://norwegiangroup.sharepoint.com/sites/HMSKVALITET/_layouts/15/doc.aspx?sourcedoc=%7b465eb623-c681-498f-8b4c-531f99c434f7%7d&action=edit)

**Standard innlegg på sosiale medier:**

“Vi er kjent med situasjonen som har oppstått, og jobber aktivt med å håndtere dette på en ansvarlig måte. Våre tanker går til alle som er berørt. For mer informasjon, følg med på vår nettside [lenke].”

Lage et komm.rammeverk. Legge inn kommunikasjonshierarkiet når dette er ferdig.

* Hvilken informasjon har vi?
* Hvor kommer informasjonen fra?
* Hva skal informeres ut - internt og eksternt
* Hvem har informasjonsansvaret?
* Hvordan informeres det?