

2020

# Tooltechnic Oy - Kriisiviestintäsuunnitelma

Sara Sainio

Tooltechnic Oy

13.3.2020

Sisällysluettelo

1. Mitä on kriisiviestintä? ..... 2

2. Kriisiviestinnän suunnittelu..... 2

3 Kriisiviestinnän päätavoitteet ..... 3

    3.1 Muut tavoitteet:..... 3

    3.2 Kriisiviestinnän periaatteet ..... 4

    3.2 Kriisiryhmän muodostaminen ja yleiset tehtävät ..... 4

    3.3 Kriisiryhmän tehtävät kriisitilanteen käynnistyttyä ..... 4

4. Syitä, jotka voivat aiheuttaa kriisin ..... 5

5 Kriisiryhmän vastuut ja työnjako..... 5

6. TOIMINTA KRIISIN SATTUESSA ..... 6

7. Kriisiviestinnän kanavat ..... 6

8. Sidosryhmät – kenelle viestitään? ..... 7

    8.1 Keitä muita on informoitava? ..... 7

9 Kriisin jälkeen ..... 8

13.3.2020

## 1. Mitä on kriisiviestintä?

Kriisiviestintä on sisäisten ja ulkoisten viestintäratkaisujen tekemistä ja viestintätoimenpiteiden toteuttamista tilanteissa, joissa jokin yllättävä tapahtuma synnyttää voimakkaan ja nopeaa reagointia vaativan tiedon tarpeen. Viestinnän keinoin pyritään ohjaamaan julkista mielipidettä ja keskustelua yritykselle myönteisempään suuntaan. Kriisi on ennalta arvaamaton, voimakas ja äkillinen yksilöön, yhteisöön tai suurempaa ihmisryhmään kohdistuva tapahtuma, joka aiheuttaa kaaosta ja järkytystä. Kriisien aikana viestinnän tärkeys korostuu. Yhteisten toimintatapojen määrittely ennen kriisejä helpottaa kriisitilanteessa toimimista.

Kriisiviestinnän avulla pyritään välittämään tietoa yhteisöön ja sen ulkopuolelle kriisistä. Kriisi ei katoa viestinnän avulla, mutta se ehkäisee turhat epäluulot ja epäilykset. Myös imagovaurioita voidaan vähentää oikeanlaisella ja oikea-aikaisella viestinnällä. Se edellyttää suunnitelmien tekemistä, avainhenkilöiden valmentamista ja tilanteiden harjoittelua. Yksinkertaisimmillaan kriisiviestintä on nopeutettua perusviestintää. Kriisiviestinnän vaikutukset eivät jää aina vahingon rajoittamiseen (se voi usein myös lisätä vahinkoa). Erityisen onnistunut kriisiviestintä voi myös nostaa viestijän imagon kriisiä edeltänyttä tilannetta korkeammalle.

Kriisiviestinnän merkitys on kasvanut uusiin mittoihin viestintäkanavien ja -ympäristön muuttuessa. Samalla kun brändeistä ja luottamuksesta on tullut yritysten tärkeintä omaisuutta, imagoa mahdollisesti kolhivien kriisien vaikutus yritysten tuloksiin on voimistunut. Äärimmäisessä tapauksessa vuosikymmenien aikana rakennettu maine voi murentua yhdessä yössä. Yhteiset ja yhtenäiset ohjeet kriisien ajan viestinnästä kuuluvat kriisitoimenpiteisiin. Kriisiviestintäsuunnitelmassa määritellään periaatteet, välineet, sidosryhmät eli yhteistyökumppanit ja vastuuseikat. Kriisiviestintäsuunnitelma kuuluu ja pohjautuu yhteisön viestinnän yleiseen ohjeistoon.

## 2. Kriisiviestinnän suunnittelu

Kriisiviestintää suunniteltaessa on otettava huomioon, että huonolla, epäammattimaisella tai suunnittelemattomalla viestinnällä hyvin pienestä ja kohtuullisen mitättömästäkin poikkeavasta tilanteesta saattaa tilanne kasvaa jopa kriisin mittoihin. On mahdollista, että yrityksemme tai tärkeisiin kumppaneihimme kohdistuu erinäisten tilanteiden johdosta voimakasta kielteistä huomiota esimerkiksi median ja yleisön taholta. Tällöin yrityksemme kyky viestiä aktiivisesti ja ennakoivasti nousee ensiarvoisen tärkeäksi. Erilaiset julkiset huhut ja spekulatiot ovat vältettävissä, jos viestinnän käynnistäminen on hallittua ja hyvin ohjeistettua. Antamalla lisätietoja avoimesti sitä mukaan, kun tilanne selkiytyy, pystymme kannattelemaan koko viestintäketjua hallitusti käsissämme alusta loppuun asti.

Kriisiviestinnässä tulee käyttää useita eri viestintäkanavia, jotta viestinnällä pystytään kattamaan mahdollisimman tarkoituksenmukaisesti kaikki tarpeelliset tahot. Ulkopuolisten mediavaikuttajien taholta tulevaa uutisointia tiedotusvälineissä tulee seurata tiiviisti ja korjata kaikki mahdolliset asiavirheet.

13.3.2020

### 3 Kriisiviestinnän päätavoitteet

- luoda oikea kuva tilanteesta julkisuudessa sekä tuoda viestit esiin ja varmistaa julkisuuden ottavan huomioon Tooltechnic Oy:n näkökulman turvatakseen toimintaedellytykset ja toiminnan jatkuvuuden
- välittää riittävästi tietoa ja olla jatkuvassa vuorovaikutuksessa yrityksen johdon, työntekijöiden, asiakkaiden ja muiden sidosryhmien kanssa, joita asia koskettaa.
  - ihmisten turvallisuudesta huolehtiminen
  - johtamistyön tukeminen
  - kriisitilanteen toimintaa edesauttavien tekijöiden varmistaminen
  - oikeanlaisen ja todenmukaisen kuvan varmistaminen niin henkilökunnalle, omistajille, julkisuuteen kuin myös muille sidosryhmän edustajille.

Kriisi vaikuttaa aina yrityksen maineeseen jollakin tavoin. Mainetta joudutaan rakentamaan vuosia, mutta se saatetaan menettää hetkessä. Hyvin suunnitellulla ja hoidetulla, kattavalla kriisiviestinnällä, voidaan kääntää tilanne voitoksi kertomalla selkeästi kriisin ratkaisemiseksi tehtävistä toimista tai jopa ennaltaehkäistä se kokonaan. Oikeanlaisen ja tavoittavan kriisiviestinnän tulee olla nopeaa, avointa, luotettavaa, palvelevaa sekä vuorovaikutteista. Avoimuus edellyttää tiedotusalttiutta, sanoman ymmärrettävyyttä ja yksiselitteisyyttä sekä vastaanottajan tiedontarpeen tyydyttämistä. Tiedot välitetään mahdollisimman selkeiksi tulkittuna. Nopeus ei kuitenkaan tarkoita hätiköintiä ja hösämistä. Avoimuus ei merkitse sitä, että kriisitilanteessa tarvitsee levitellä kaikki liikesalaisuudet ja menneisyyden ongelmat julkisuuteen. Rehellisyydelle ei ole vaihtoehtoa, mutta joskus täytyy uskaltaa olla kommentoimatta kaikkiin esitettäviin kysymyksiin.

#### 3.1 Muut tavoitteet:

- ennakointi
- nopeus
- aloitteellisuus
- avoimuus
- oikean ja täsmällisen tiedon antaminen
- vastuullisuus ja inhimillisyys

Kriisitilanteessa ei tule unohtaa sanattoman viestinnän merkitystä. Kriisiviestintätilanteissa on yhteisön pyrittävä rakentamaan yhteenkuuluvuuden ja turvallisuuden tunnetta. Tällöin tarvitaan aitoa välittämistä ja läsnäoloa sekä tilaa, jossa yksilö voi tulla kuulluksi. Puhetilanteissa on syytä varautua erilaisiin tunnereaktioihin ja tarkkoihin sanavalintoihin.

Nopea toiminta ja rehellinen viestintä kriisin ensimmäisten tuntien aikana ovat maineen ja tarkoituksenmukaisen toiminnan kannalta tärkeitä. Organisaation on pystyttävä välittämään viestejä kriisitilanteissa ennakoivasti, uskottavasti, johdonmukaisesti, eettisesti ja yksilön yksityisyyttä kunnioittavasti. Viestinnän tulee alkaa kriisin alkuvaiheessa ja päättyä jälkiviestintään.

13.3.2020

### 3.2 Kriisiviestinnän periaatteet

- kriisiin liittyvistä asioista annetaan tietoa riittävästi ja tarpeeksi usein
- asiasta tiedotetaan lisää, silloin kun siinä tapahtuu jotakin uutta
- kaikkea ei voi aina kertoa esim. lainsäädäntö ja vaitiolovelvollisuus saattavat estää tämän
- viestinnässä pitäydytään tosiasioissa, spekulointiin ja arvailuihin ei missään vaiheessa ryhdytä
- kriisin jokaisessa vaiheessa tulee selvittää kenelle ja mitä asiasta on tiedotettava
- henkilöstö tulee tiedottamisesta vastuussa olevia osallistumalla kriisien ennakointiin hankkimalla ja luovuttamalla riittävästi tietoa mahdollisia kriisejä aiheuttavista asioista
- viestitään kriisitilanteen loppuminen ja toteutuneesta viestinnästä tehdään tarvittavat johtopäätökset

### 3.2 Kriisiryhmän muodostaminen ja yleiset tehtävät

Varsinaisessa kriisi- tai häiriötilanteessa toimintaa johtaa yrityksen nimeämä kriisiryhmä. Ryhmä ottaa kriisin hoitoonsa ja muu henkilöstö keskittyy tavanomaisiin työtehtäviin. Kriisiryhmän puheenjohtaja on toimitusjohtaja. Toimitusjohtajan ollessa estynyt, puheenjohtajana toimii hänen varamiehensä tai tämän määräämä toinen henkilö. Kriisiryhmä päättää lausuntojen antajat tapauskohtaisesti. Kriisiryhmän yleisiä tehtäviä ovat mm.

- valmistautua kriisitilanteiden hallintaan
- ennakoida tilanteita, ehkäistä kriisejä ja valmentautua toimintaan kriisitilanteissa pitää yhteyttä kriisin aikana niiden ihmisten ja yhteisöjen kanssa, jotka ovat tai tuntevat olevansa osallisia asiassa
- antaa tiedotusvälineille riittävää ja oikeaa tietoa asiassa

### 3.3 Kriisiryhmän tehtävät kriisitilanteen käynnistyttyä

- Tilanteen avaaminen kriisiryhmälle
- viimeisin tieto
- kriisin taustat, syyt ja seuraukset
- kriisitilanteen osapuolet
- aiheutunut tai uhkaava vahinko tai haitta
- näkyminen julkisuudessa
- mihin toimenpiteisiin on jo ryhdytty, kuka, milloin?
- Päätös toimenpiteiden käynnistämisestä ja priorisointi
- Faktojen ja tausta-aineistojen kokoaminen
- Tiedotusmateriaalin tekeminen ja jakaminen
- Mediatyhteydet, lisätiedot ja lausunnot

Kriisiryhmän kutsuu koolle toimitusjohtaja tai kriisiryhmän jäsen.

**Huom.** Jokainen Tooltechnic Oy:n työntekijä on velvollinen aina ottamaan yhteyttä kriisiryhmän jäseneseen havaitessaan toiminnassa, etenkin omalla vastuualueellaan, tai toimintaympäristössään jotakin sellaista, joka hoitamattomana voi aiheuttaa häiriötä tai vahinkoa Tooltechnic Oy:lle, sen maineelle ja toiminnalle, henkilöstölle tai sidosryhmille.

13.3.2020

#### 4. Syitä, jotka voivat aiheuttaa kriisin

➤ **Onnettomuus, joka**

- vaikeuttaa palvelujen tuottamista (esim. tulipalo, vesivahinko, sähkökatko)
- saattaa hallinnon sekasortoon (esim. vaurioittamalla tietojärjestelmiä)
- tapahtuu esim. asiakastapahtumissa tai omassa tilaisuudessa

➤ **Rikos tai vihamielinen teko, joka voi olla:**

- rakennuksiin, tiedostoihin, tapahtumiin yms. kohdistuva vakava vahingonteko (esim. tuhopoltto, panttivankitilanne)
- työntekijään kohdistuva kiristys, uhkailu tms. tai hänen joutumisensa väkivaltarikoksen kohteeksi
- työntekijän tekemä rikos
- yrityksen joutuminen perusteettomien syytösten tai vihjailujen kohteeksi

➤ **Tapahtuma toimintaympäristössä**

- Tooltechnic Oy:n kiinteistön, yhteistyökumppanin, tavarat- tai palveluntoimittajan, tms. joutuminen kielteisen julkisuuden kohteeksi
- yrityksen joutuminen kielteisen julkisuuden kohteeksi
- tietovuoto yrityksen tietojärjestelmistä

➤ **Tapahtuma henkilöstön piirissä**

- työtapaturma tai työntekijän yllättävä vakava sairastuminen tai kuolema
- työntekijän joutuminen kielteisen julkisuuden kohteeksi
- julkitullut väkivallanteko, kiusaaminen tai muu syrjintä, laittomuus, vastuuaseman väärinkäyttö tai muu epäkohta
- henkilöstöä koskevien sopimusten ja periaatteiden väitetty rikkominen, esim. työsuojelumääräysten laiminlyönnit
- piilevä ristiriita työyhteisössä tai työyhteisön ja jonkin ulkopuolisen osapuolen välillä, joka purkautuu avoimeksi konfliktitilanteeksi

➤ **Tapahtuma sisäisessä toiminnassa**

- yrityksen toiminnassa tapahtuneet virheet tai laiminlyönnit
- toiminnan lakkauttaminen tai katkos toiminnassa
- yrityksessä vallitsevasta johtamis- tai viestintäkulttuurista aiheutuva ongelma
- harkitsematon lausunto tai teko (esim. vaitiolovelvollisuuden rikkominen)

#### 5 Kriisiryhmän vastuut ja työnjako

Tooltechnic Oy:n kriisiviestinnän toimintaryhmän muodostavat: toimitusjohtaja **Mika Rapo**, talousjohtaja **Minna Räisänen** sekä markkinointikoordinaattori **Sara Sainio**. Lisäksi vuonna toukokuussa 2018 voimaan astuneessa EU:n tietosuojalainsäädännössä suositellaan, että yritys nimeää yhden henkilön vastaamaan ja valvomaan tietosuojan toteutumista. Tähän toimenkuvaan on nimitetty **Mika Rapo**.

13.3.2020

## 6. TOIMINTA KRIISIN SATTUESSA

Työntekijä ilmoittaa tarvittaessa ensin hätäkeskukseen ja/tai poliisille, jonka jälkeen

- 1) työntekijä ilmoittaa kriisistä kriisiviestintäryhmän jäsenelle
- 2) kriisiviestintäryhmän jäsen kokoaa välittömästi koolle kriisiryhmän.

**Tooltechnic Oy:stä ulospäin** viestii vain ja **ainoastaan toimitusjohtaja**.

Yhteyksistä toimittajien kanssa, tiedotteista ja tiedotustilaisuuksista vastaa kriisiryhmä. Jaettavan materiaalin hyväksyy toimitusjohtaja. Viranomaiset vastaavat omasta tiedottamisestaan. Kriisiryhmä pyrkii toimimaan yhteistyössä viranomaisten kanssa.

**Kyselyt** ohjataan toimitusjohtajalle, tai toimitusjohtajan erikseen määrittelemälle henkilölle.

**Yhteyksistä omaisiin ja viranomaisiin** vastaa toimitusjohtaja. Tilanteissa, joissa tarvitaan välitöntä apua, yhteyden ottaa se, joka on paikalla. Hän myös ilmoittaa asiasta kriisiryhmän jäsenelle.

**Väkivalta-tai uhkatilanteesta** tehdään raportti.

**Internet-sivujen päivityksen** kriisin osalta hoitaa **Sara Sainio**. Päivityksen sisällöstä vastaa toimitusjohtaja yhteistyössä konsernin johdon kanssa. Lisäksi käytössämme on ePressi-tiedotuskanava, jolla pystymme tavoittamaan valikoidusti kaikkien medioiden toimittajat.

**Kriisiviestintäryhmä** työstää kriisin kuluessa siihen liittyvistä tapahtumista muistiot, joihin kirjataan tapahtuma, tapahtuman päivämäärä, kellonaika, päätökset ja toimenpiteet. Lisäksi ryhmä laatii ko. asiakirjoista yhteenvedon arviointia ja johtopäätösten tekoa varten.

Tooltechnic Oy on vain välillisesti mukana asiakkaidensa kriisitilanteissa. Riskeihin varaudutaan jo hyvissä ajoin ilmoittamalla asiakkaalle tai päinvastoin uhkaavasta/lähestyvistä riskistä. On olemassa myös riski, että Tooltechnic Oy saattaa joutua tahattomasti mukaan jonkun kumppaninsa/sidosryhmän edustajan negatiiviseen kriisiin. Tällaisessa tilanteessa kaikki mahdollisiin **talon ulkopuolelta tuleviin tiedusteluihin kommentoidaan lyhytsanaisesti pyytämällä ottamaan yhteys suoraan toimitusjohtajaan**.

Yhtenä tärkeänä asiana on huomioitava myös tilanne, jolloin **Mika Rapo** ei ole itse käytettävissä. Tällöin toimitusjohtajaa tuuraa hänen esimiehensä (**Peter Pongratz**) sekä Minna Räisänen tai erikseen nimetty henkilö.

## 7. Kriisiviestinnän kanavat

- kriisiviestinnän valmiusryhmä perustaa Whatsup-ryhmän, mikäli ovat eri paikoissa
- Henkilökuntaa informoidaan joukkotekstiviestillä Fonecta Finderin kautta. (testattu 9.3.2020), jolla varmistetaan että viesti tavoittaa henkilökunnan jäsenet myös työajan ulkopuolella.
- Internet ja SoMe ([www.tooltechnic.fi](http://www.tooltechnic.fi)), Facebook sekä toimittajien tiedotusalausta ePressi)
- Puhelin ja sähköposti
- Tiedotteet, lehdistötiedotteet
- Tiedotustilaisuudet (henkilöstö, media, muut tärkeimmät sidosryhmät)
- Keinojen ja välineiden käytettävyys, sopivuus ja tehokkuus eri tilanteissa on mietittävä erikseen. Myös viestin sisältö (pituus, yksityiskohtaisuus, sävy) on mietittävä väline/kanava -kohtaisesti. Faktojen tulee kuitenkin pysyä samana johdonmukaisesti koko ajan.

13.3.2020

## 8. Sidosryhmät – kenelle viestitään?

Alla on luettelo sidosryhmistä, joihin kriisin sattuessa tulee harkita yhteydenottoa. Pidämme omien tarpeidemme mukaisen sidosryhmälistan ajan tasalla ja pohdimme ennen yhteydenottoa seuraavia asioita:

keneen tapahtunut vaikuttaa?  
Kenen pitää saada tietoa?

### 8.1 Keitä muita on informoitava?

**Sisäiset sidosryhmät:** henkilöstö, työsuojeluvaltuutetut, Tooltechnic Oy:n ensiaputaitoiset, omistajat

**Liikekumppanit:** asiakkaat (jälleenmyyjät), huoltoliikkeet

**Viranomaiset:** terveysviranomaiset, mielenterveystoimisto, väkivalta- ja uhkatilanteiden tukihenkilöt (Työterveyshuolto, Mehiläinen)

**Pelastusviranomaiset:** poliisi, palokunta, sairaalat, sairaankuljetus

**Media:** valtakunnallinen media (sanomalehdet, aikakauslehdet, kiinteistöalan lehdet, radio, tv jne..), alueellinen ja paikallinen media (paikallislehdet, ilmaisjakelulehdet, maakuntaradiot, paikallistelevisiot jne..), internet

**Muut:** asianomaisen perhe, omaiset, läheiset ihmiset (vastuu yhteydenotosta **toimitusjohtajalla**, yhteydenotto arvioitava tilanteen mukaan), huoltoyhtiö, vartiointiyhtiö, työterveyshuolto, vakuutusyhtiö, naapuriyrietykset/lähiympäristö, alueen järjestöt ja yhdistykset

Yhteystietojen ohella on syytä säännöllisesti arvioida, keitä eri kriisit koskevat. Oma henkilöstö on tärkein kohderyhmä. Tärkeää on puhua totta. Spekulointi ei kuulu kriisiviestintään. Onnistunut viestintä ottaa huomioon kohderyhmän tarpeet. Empatian puute – tai mielikuva siitä – voi tuhota hyvin ja ammattitaitoisesti toteutetun tiedottamisen.

### 8.2 Valtamedia ja poliisin johtokeskus

Jos kriisi koskettaa omaa kiinteistöämme, jossa on syntynyt vaaratilanne, poliisi-, palo-, ja/tai pelastuslaitos kokoavat yleensä oman kriisiryhmänsä eli johtokeskuksen, jota kautta tilannetta hallitaan. Tällaisen johtoryhmän tehtävänä on mm. johtaa ja valvoa hälytyspartioiden toimintaa ja tarkoituksenmukaista sijoittumista yhdessä kenttäjohtajan kanssa. Kriisin yllättämässä kohteessa toimivan poliisin kriisiryhmän tavoittaminen on erityisen tärkeää, sillä tämän ryhmän ulkopuolelle jääminen tarkoittaa samalla koko operaation ulkopuolelle jäämistä.



13.3.2020

## 9 Kriisin jälkeen

Kun kriisitilanne on päättynyt, siitä ilmoitetaan kaikille asianomaisille. Kriisiryhmän tehtävä on myös mahdollisten kriisilähteiden tunnistaminen sekä kriisivalmiuksien säännöllinen tarkistus ja kehittäminen (ennakoiva kriisijohtaminen).

Henkilöstön kesken kriisitilannetta voidaan käydä läpi henkilöstöpalaverissa sekä tiimien kesken. Käydään yhdessä läpi kriisitilanteen kulkua alusta loppuun ja pohditaan yhdessä;

- mitä opittiin?
- koko tilannekuvan yhteinen arviointi
- viestinnän toimivuuden arviointi
- päädyttyjen menetelmien, päätösten ja toimeenpantujen asioiden arviointi
- johtopäätösten ja parannusehdotusten työstäminen ja päivittäminen kriisiviestintäsuunnitelmaan

Kriisitilanne vaatii saumatonta yhteistyötä talon sisällä henkilöstön kesken. Tiedonkulku on kriittinen tekijä sen jälkeen, kun poikkeustilanne on tunnistettu ja toiminta käynnistetty. Kaikki kriisit ovat pohjimmiltaan lähes samanlaisia ja tapahtumien kulku noudattelee usein samaa kaavaa: ensin on huolestuttavia varoitusmerkkejä, sitten akuutti kriisivaihe, jonka jälkeen seuraa hiipuminen ja jälkihoito. Jos ymmärtää, miten media toimii ja toimittajat työskentelevät, pystyy varsin pitkälle ennakoimaan kriisin aikana tulevia tapahtumiin ja varautumaan niihin. Kriisiviestintää voidaan pitää tehokkaana vain, jos kaikki työntekijät ymmärtävät sen. Hyvin toteutettu viestintä on paras tapa ehkäistä kriisejä ja vähentää kriisitilanteiden vaikutusta. Se, joka saa kriisitilanteissa aloitteen, kykenee synnyttämään luottamusta mediassa, viranomaisissa ja muissa, jotka tulevat vedetyiksi kriisin pyörteisiin. Kriisiviestintä on osa yhteisön normaalia, ammattitaitoisesti toteutettavaa viestintää, jonka linjauksista yhteisön ylin johto vastaa.

Dokumentin päivityksestä vastaa **Sara Sainio**, päivitetty 13.3.2020.