**SKABELON**

**PR-krisestrategi**

**Foreningen af Kristne Friskoler**



PR-krisestrategi

Dette papir skal ses som et arbejdsdokument – en skabelon, man kan tage udgangspunkt i – når man vil arbejde med en strategi for, hvordan man takler en PR-krise. Det er ikke beskrevet strengt kronologisk; snarere tematisk. Der findes ingen hvidbog eller fastlagt standard for, hvordan man griber det an; men her er nogle tips!

**Forebyggelse og identifikation af sandsynlige kriseområder**

* Alle kan blive ramt af en PR-krise, men hvad er vores særligt sårbare områder?
* Hvilke ting er det realistisk at søsætte for at mindske risikoen?
* Hvilke strategiske kontakter kan vi etablere, der kan være en hjælp i krise?

**Lav aftaler på forhånd**

* Lav aftale med ekspertrådgivning som er klar til at rykke straks
* Lav aftale med nære samarbejdspartnere om fortrolige råd med kort varsel
* Lav aftale med nogle, der er tillid til, men som ikke vil være rygklappere og ikke vil stryge dig med hårene, så du opdager dine blinde pletter
* Gennemgå PR-krisestrategien med en ekspert

**Tag shitstormen i optakten, hvis det er muligt**

* Vær proaktiv og løsningsorienteret
* Sluk den lille brand, inden det bliver til et inferno
* Hav sund fornuft og vig ikke tilbage for et lille tab, hvis risikoen for et kæmpe tab lurer i horisonten. Lad dig ikke blænde af din egen stolthed eller rethaveri

**Reagér så hurtigt som muligt**

* Ring gerne direkte til kilden og forsøg at afvæbne konflikten
* De sociale medier er skringre og lynhurtige, så vær den første, der svarer – FORUDSAT, at du har styr på detaljerne i sagen. Hvis ikke, så vent, til du har HELT STYR på tingene og skriv i mellemtiden noget, du ved kan holde – eller i det mindste f.eks.: ”Vi arbejder på højtryk og udtaler os om sagen, når alle detaljer er på plads”
* Forhold dig til, hvad den ”jævne mand” vil mene og disponér også i forhold til dette
* Antag, at når folk ikke forstår helheden, så udfylder de selv de manglende huller med spekulationer, anklager og rygtedannelse
* Husk, at shitstorms i høj grad handler om følelser, snarere end facts
* Orientér indadtil og alliancepartnere udadtil
* Gå ikke i panik, men vurdér køligt, hvad der bliver til et krater og hvad der forsvinder i løbet af 14 dage

**Radiotavshed er IKKE en mulighed**

* Hvis du ikke går i dialog, virker det som om at du ignorerer både den forurettede og selve problemet
* Du er nødt til at kommunikere – om end, der kan være visse former for presse og journalister, det kan give mening ikke at udtale sig til

**Ekstra ressourcer**

* Vær beredt med ekstra hænder og ressourcer
* Hav aftaler om, hvem der gør hvad, hvis det pludselig sker

**Vær konsistent i din kommunikation**

* Hvem udtaler sig om hvad
* Hvad er det – helt nøjagtigt – man ønsker at kommunikere. Konsistens og rød tråd
* Sørg for at alle ved, hvad de skal sige, og hvem de skal henvise til, hvis de bliver spurgt
* Vær faktuel
* Kommunikér menneske-til-menneske og anerkend problemet og de eventuelle frustrationer, der er knyttet til det
* Signalér handling – hvad har du gjort nu og hvad vil du gøre fremadrettet

**Hold en god tone**

* Vær altid sober og hold god tone
* Lad dig ikke provokere, men vis overskud til at svare pænt og ordentligt
* Hvis folk er grænseoverskridende (krænkende, personlige, chikanerende), er det naturligvis helt ok at trække en streg i sandet og f.eks. slette kommentarer på SoMe
* Husk at dokumentere og begrunde alt – ikke mindst det, der slettes

**Start ikke med beklagelse og undskyldning**

* Start positivt – f.eks. med ”Tak for din henvendelse”. Ofte læses kun overskriften og folk skal ikke kun se, du ”kryber”
* Eventuelle beklagelser og undskyldninger kan komme længere nede i en tekst
* Kom til sagen: Forhold dig til problemet og hvordan, du vil løse det
* Forsøg at få kontrol over diskussionen og styr diskursen i forhold til det, du vil: Misforståelse, uheld, fejl, ændres straks… o.lign. Formålet er at folk forstår, at du ser problemet, handler og får styr på det… så scroller de videre i nyhedsstrømmen
* Tag ansvar for det, du skal tage ansvar for – hverken mere eller mindre
* Stå fast på det, du skal stå fast på

**Tænk alle de andre ind i din kommunikation**

* Svar naturligvis forurettede direkte
* … men husk alle de andre læsere/lyttere
* Få alle til at se din side af sagen og hvordan du takler situationen

**Flyt debatten over på et medie, som du har bedre kontrol over**

* Svar med en YouTube-video (uden kommentarspor) eller en artikel eller et statement på hjemmesiden
* Når det kører på SoMe, henviser du til svaret og tager gas af ballonen

**Forudsætning for planen: Formulér værdierne som styringsmekanisme, italesæt dem og hold fast i værdierne; f.eks.:**

* Transparens, troværdighed og handlekraft

*”Alle skabe er åbne, vi siger alt, som det er og vi retter op med det samme”*

* Sandhed, ærlighed og ydmyghed

*”Vi skjuler intet, er ærlige med det vi ikke ved og tager de slag, vi får, som konsekvens af vores handlinger”*

* Fasthed og kampånd

*”Vi går ikke på kompromis og bøjer os ikke”*

* En FKF-skole/institution kan helt naturligt lade sig styre af tro, håb og kærlighed og helt naturligt fokusere på f.eks. ”ordentlighed” og ”struktur”

*”Vi er ærlige, holder os inden for loven og holder på vores ret”*

Konkret guide, hvis en journalist ringer…

**Hav på forhånd, som en del af jeres PR-krisestrategi, en krystal-klar aftale om, hvem der må udtale sig på skolens vegne. Det kunne f.eks. være formand og skoleleder og ingen andre. Og det skal alle vide.**

* Hvem ringer?
  + Journalistens navn og kontaktoplysninger
  + Mediet, der står bag
* Hvilket emne?
  + Hvad drejer henvendelsen sig om?
  + Fra hvilken vinkel undersøges spørgsmålet?
  + Hvem har en anden holdning/vinkel end skolen i dette spørgsmål?
* Baggrundsinformation
  + Hvad ved journalisten om jer og om det, der er sket?
  + Hvilke eksperter bruges i research’en?
  + Hvilke andre skoler, foreninger eller andet, interviewes også om dette?
* Er der adgang til at se og kommentere/ have vetoret over teksten?

Når du har oplysning om ovenstående, kan du med rimelig stor sikkerhed vurdere, *om og i hvilket omfang* du ønsker at deltage. Hvis du ikke kan beslutte dette på stedet eller blot har brug for lidt forberedelsestid, så sig f.eks. at du ringer om en time eller to. Husk, du behøver kun deltage, hvis du vurderer, at det er hensigtsmæssigt for skolen. Og husk følgende smukke motto: ”Slå ikke en halv prut, men svar også kun på det, du spørges om”

**Sekretariatet, december 2023**