



Vid rädsla – visa omsorg.
I ett akutläge – visa trygghet.
Om panik utbryter – visa lugn.
Vid ovisshet – var tydlig.
Och som alltid – glöm inte att lyssna

KRISKOMMUNIKATIONSPLAN

Vid en kris eller olycka, liten som stor, är det viktigt att rätt information når rätt personer snabbt. Kontakta alltid ledningen så fort som möjligt för att informera och få stöd i den fortsatta hanteringen av situationen.

OBS! Läs igenom detta i dokument, i förväg, så att du är väl förberedd innan krisen/olyckan inträffar. Sist i dokumentet finns checklistor att använda som stöd under själva händelsen.

Innehållsförteckning

1	Inledning	2
2	För vilka gäller planen?	2
3	När ska planen användas?	2
3.1	Kris	2
3.2	Extraordinär händelse.....	3
4	Kommunikationens huvuduppgifter.....	3
5	Målgrupper för kommunikationen.....	4
6	Kommunikationskanaler.....	5
6.1	Kontakt med medier.....	6
6.2	Pressmeddelande.....	6
6.3	Presskonferens.....	6
7	Roller, organisation och ansvar	7
7.1	Beredskap	7
7.2	Viktig extern information	8
7.3	Arbetsprocess.....	8
7.4	Fungerande larmrutiner, beredskap och uthållighet	9
7.5	Krisledning.....	9
7.6	Talespersoner i media	10
8	Var finns kriskommunikationsplanen?.....	10
9	Revidering av planen	10
10	Bilagor.....	11
10.1	Checklista: Allmän arbetsgång	12
10.2	Checklista: Formulera budskap	13
10.3	Checklista: Publicera på webben.....	14
10.4	Checklista: Publicera på/bevaka sociala medier.....	15
10.5	Checklista mediebevakning och analys.....	16
10.6	Logg för kommunikationsåtgärder	17
10.7	Checklista uppföljning.....	18



1 Inledning

I en krissituation är kommunikation centralt för att ge våra målgrupper svar på sina frågor. Som idrottsförbund är det viktigt att vi samlar och samordnar kommunikationen i en krissituation för att snabbt nå ut med bekräftad och korrekt information.

Samordning och snabbhet i kommunikationen är också viktigt för att aktivt motverka spridning av motstridiga budskap eller felaktiga rykten som ofta sprids i syfte att skapa oro, kaos eller misstro – framförallt i sociala medier.

Alla berörda i organisationen ska ha en gemensam och samordnad lägesbild. Intern information är lika viktig som extern. Budskap som går ut externt ska helst innan förmedlas internt, så att berörda medarbetare är uppdaterade på händelsen.

2 För vilka gäller planen?

Kriskommunikationsplanen gäller för SSFs ledningsgrupp och övriga verksamhetsansvariga.

På varje arbetsplats ska det finnas beredskap och rutiner för att hantera akuta olyckshändelser och krissituationer. Behovet av insatser för medmänskligt stöd, till exempel i form av stödcenter eller akut krisstöd hanteras av en Posom-grupp som ansvarar för psykiskt och socialt stöd och omhändertagande vid allvarliga händelser.

3 När ska planen användas?

Planen träder i kraft om en kris eller en extraordinär händelse har inträffat.

3.1 Kris

Ordet kris har olika betydelser i olika sammanhang. En kris karaktäriseras ofta av att:

- den kräver direkt och snabbt agerande,
- den kan få allvarliga följder,
- den utgörs eller utlöses av en oväntad händelse,
- den rymmer ett hot eller en utmaning,
- vi har begränsad möjlighet att kontrollera förloppet,
- den kan ge oförutsägbara konsekvenser och effekter och den har ofta stort intresse för allmänhet och media.



Möjliga kriser som kräver kriskommunikation:

- Ifrågasättande av varumärket, mediekris, förtroendekris
- Våld och hot om våld mot verksamhet eller personal
- Större olycka med många skadade och/eller döda
- Större brand i lokaler

3.2 Extraordinär händelse

Ibland används uttrycket extraordinär händelse i stället för kris. En extraordinär händelse är en händelse som avviker från det normala, innebär en allvarlig störning eller överhängande risk för påverkan på liv, hälsa, miljö eller omfattande materiell skada. Den kan kräva engagemang och insatser från flera av Svenska Skidförbundets verksamheter, vilket innebär behov av ledning och samordning.

Beslut att klassa en olycka eller liknande som en extraordinär händelse bestäms av krisledningens ordförande.

4 Kommunikationens huvuduppgifter

Kommunikationsansvarigas ansvar är att se till att kommunikationen är:

- Korrekt och bekräftad
- Snabb och vid behov regelbunden
- Samordnad
- Lätt att förstå
- Målgruppsanpassad
- Förankrad hos (kris)ledningen

Kommunikationsansvarigas funktion i kris är att:

- Omvärldsbevaka
- Förmedla frågeställningar eller möjliga hot och risker till krisledningsgruppen
- Skapa och publicera budskap
- Förbereda inför kontakt med media



Budskapet som ska kommuniceras bestäms av verksamhetsansvarig/ledningsgruppen och kommuniceras på bästa sätt i tillgängliga kommunikationskanaler. Informationen ska svara på frågor som:

- Vad händer/har hänt?
- När hände det?
- Vilken är SSFs ståndpunkt i frågan/kring händelsen?
- Varför har det hänt (om möjligt)?
- Är det farligt? Varför?
- Vem är drabbad?
- Vad gör vi för att lösa krisen?
- Vem är kontaktperson?
- Var och när ges mer information?

När krisorganisationen avvecklas ska detta meddelas alla berörda – både inom och utom organisationen.

5 Målgrupper för kommunikationen

Svenska Skidförbundet har det yttersta ansvaret för att alla som är verksamma inom vår verksamhet får det stöd och den hjälp de behöver. Vid en kris kan det tillkomma specifika målgrupper eller finnas målgrupper som är eller blir svåra att nå av olika anledningar. Dessa måste då hanteras efter behov och förutsättning.

Interna målgrupper:

- Verksamhetsnära medarbetare och aktiva
- SDF/Föreningar/Skolor
- Organisationer (Riksidrottsförbundet, SOK, FIS)
- Anhöriga

Externa målgrupper:

- Direkt berörda/drabbade
- Anhöriga
- Media
- Externa samarbetspartners/sponsorer
- Allmänheten



6 Kommunikationskanaler

Vid en kris används i första hand Svenska Skidförbundets ordinarie kommunikationskanaler. Val av kanal sker utifrån vilken målgrupp som ska informeras, hur angeläget och brådskande budskapet är samt inte minst vilka kanaler som är tillgängliga i den aktuella situationen. Huvudkanal, navet, under kris är skidor.com

Kanal	Syfte	Målgrupp	Innehåll	Budskapstyper
Skidor.com	Bas för fakta	Samtliga målgrupper	Bakgrund FAQ Artiklar med fakta (egen kortadress)	Det här har hänt Så hanterar vi det Det här händer nu När kommer mer information
Sociala medier	Leda trafik till skidor.com	Följare	Inlägg, även köpt räckvidd, med länkar till faktasidor på skidor.com	För mer information Läs mer på skidor.com
Pressmeddelande MyNewsDesk	Klargöra fakta	Media, SDF, föreningar skolor, anställda	Fakta med länk till webbplats	Det här har hänt Så hanterar vi det Läs mer på skidor.com
Presskonferens (ev. live på skidor.com, FB, YouTube, Teams etc)	Klargöra fakta	Media/Allmänhet	Fakta ev. möjlighet till frågor beroende på kanal.	Det här har hänt Så hanterar vi det Vad händer nu När kommer mer information
Nyhetsbrev	Riktad information till speciella målgrupper	SDF, föreningar, skolor	Fakta med länk till webbplats	Det här har hänt Så hanterar vi det Läs mer på skidor.com
Mejl	Riktad information till speciella målgrupper	Anställda, SDF, skolor	Fakta med länk till webbplats	Det här har hänt Så hanterar vi det Läs mer på skidor.com
Telefon	Riktad information till speciella målgrupper	Anställda, SDF, skolor	Fakta med länk till webbplats	Det här har hänt Så hanterar vi det Läs mer på skidor.com
SMS	Riktad information till speciella målgrupper	Anställda, SDF, skolor	Fakta med länk till webbplats	Det här har hänt Så hanterar vi det Läs mer på skidor.com



Webbplatsen skidor.com är navet under större kriser/händelser och ska uppdateras löpande under händelseförloppet. Där kan information lätt hittas och inte "försvinna nedåt" i flödet som i sociala medier.

Viktig information kommuniceras i första hand i Svenska Skidförbundets övergripande nyhetsflöde med hänvisning/länkning från underliggande verksamhetssidor, för att undvika olika versioner. Använd de statiska puffarna på respektive startsida så att informationen lätt kan hittas.

För att samordna all information länkar vi från sociala medier till skidor.com.

OBS! Vid kris ska resurser avsättas för att bevaka sociala medier och skapa beredskap för att kunna svara på frågor.

Övriga kommunikationskanaler

- Svenska Skidförbundets växel
- Fysiska/webb-informationsmöten

6.1 Kontakt med medier

Kontakt med medier följer så långt möjligt normala rutiner och riktlinjer och sker av utsedda presskommunikatörer inom respektive verksamhet.

6.2 Pressmeddelande

Pressmeddelanden skrivs av presskommunikatör och ska godkännas vid krissituation av verksamhetschef och andra direkt berörda (exempelvis drabbade, personal, anhöriga etc.), innan utskick sker via SSFs ordinarie digitala kommunikationskanal för pressutskick och publicering sker på skidor.com. Se checklista "Formulera budskap".

Ordinarie sändlistor till media används samt listorna Styrelse och Övergripande kommunikatörer samt stab. Vid en extraordinär eller allvarlig händelse ska pressmeddelande även skickas till sändlistan "Kris pressmeddelande". I denna lista ingår bland annat Svenska Skidförbundets växelfunktion som får pressmeddelandet för att kunna informera och hänvisa till rätt talespersoner.

6.3 Presskonferens

Presskonferens hålls vid behov. Inbjudan skickas SSFs ordinarie digitala kommunikationskanal för pressutskick samtidigt till alla redaktioner, den ska även skickas till sändlistorna Styrelse, Övergripande stab och Kris pressmeddelande.



Vid händelser som även berör andra aktörer kan det finnas behov av att planera och samordna presskonferenser med deras respektive pressansvariga. Lokal för gemensam presskonferens bestäms utifrån händelsens art och omfattning samt beror på vilka aktörer som ska delta. Utsedd presskommunikatör för respektive verksamhet har ansvar för att bjuda in till och genomföra presskonferens, samt vid behov samordna presskonferens och övriga mediekontakter.

7 Roller, organisation och ansvar

Samhällets krishanteringssystem vilar på tre viktiga principer: Ansvars-, likhets- och närhetsprincipen. Motsvarande principer tillämpas också på Svenska Skidförbundet där varje inträffad händelse hanteras på så verksamhetsnära organisatorisk nivå som möjligt.

Ansvarsprincipen Den som har ansvar för en viss verksamhet i normala fall fortsätter att ha samma verksamhetsansvar när något allvarligt inträffat. Alla aktörer har ett ansvar att agera även i osäkra lägen och att stödja samt samverka med varandra.

Likhetsprincipen Lokalisering och organisation av en verksamhet ska så långt det är möjligt vara densamma under en kris/extraordinär händelser.

Närhetsprincipen En kris ska så långt det är möjligt hanteras där den inträffar av dem som är närmast berörda och ansvariga.

Observera att när det gäller kommunikationsarbete vid allvarligare händelser bör detta alltid genomföras med stöd av och i samråd med förbundsdirektören och övergripande kommunikationschef.

7.1 Beredskap

En ständig beredskap för kris är nödvändig för att snabbt kunna minska krisens effekter på Svenska Skidförbundet. För att snabbt efter en händelse kunna påbörja en kommunikationsinsats är det viktigt att varje verksamhet i förväg har gått igenom olika scenarier på möjliga kriser och hur dessa skulle kunna kommuniceras. Det är viktigt att vi är förberedda och kan agera proaktivt där det behövs så att vi inte hamnar "på efterkälken" och får "släcka bränder".

Framför allt handlar beredskap om att kunna ta emot information, och i det första kritiska läget, göra en bedömning om vad som är nödvändigt att kommunicera kring händelsen samt att informera förbundsdirektör och styrelse.



7.2 Viktig extern information

Via beredskapskanalen Sveriges Radio P4 får du information om händelser och störningar. Där får du även VMA (Viktigt meddelande till allmänheten). Se därför till att du har tillgång till en FM-radio, antingen via bilradio, en radioapparat, eller via en radioapp i din mobiltelefon.

Om telefonen fungerar kan du ringa SOS Alarm på telefonnummer 113 13 för att få information om större olyckor och kriser.

Du kan förbereda dig genom att leta information på din kommuns webbplats om hur kommunen hanterar störningar. Ta reda på viktiga telefonnummer och vart ni ska bege er i kommunen för att få tillgång till nödtelefon, dricksvatten, värme, stöd och löpande information om händelsen.

Om telefonin slutar fungera där du befinner dig kan du behöva ta dig till en brandstation om du måste ringa 112.

Externa aktörer

Namn	Telefon/sms	
SOS Alarm, 112	112	Akutsituationer, fara för liv, egendom eller miljö
Polisen	114 14	Vid icke-akuta händelser
SOS Alarm	113 13	Nationell information vid större olyckor och kriser
Vårdguiden	1177	Sjukvårdsrådgivning dygnet runt

7.3 Arbetsprocess



Antingen sker en plötsligt akut händelse där förbundsdirektören beslutar att aktivera krisorganisationen, eller så befinner sig organisationen i ett läge av förstärkt beredskap, som förbundsdirektören bedömer behöver skalas upp till att hanteras inom aktiverad krisledningsgrupp. Detta kan exempelvis ske då händelsen utvecklas negativt och förvärras eller om händelsen behöver många personella resurser för att klara hanteringen.

Förbundsdirektören är ytterst ansvarig för krisledningsarbetet.

När förbundsdirektören har fattat beslut om särskild krisledning har respektive grenansvariga uppdrag att organisera och bemanna en egen krisorganisation för att svara upp mot det ökade behovet av ledning, samverkan och kommunikation.



Förbundsdirektören:

- beslutar om att aktivera krisorganisation och fastställer styrning, ledning och inriktning för arbetet
- beslutar om hur styrning och ledning ska bedrivas i form av storlek (antal och vilka personer/kompetenser) och omfattning (mötesfrekvens) för krisledningsgruppen
- håller kontakt med styrelse och Riksidrottsförbundet samt andra berörda parter exempelvis FIS.
- beslutar om vilken ordinarie verksamhet som ska bedrivas.
- beslutar om krisorganisationens resurser och omfattning
- koordinerar och fördelar arbetsuppgifter till funktionsansvariga
- följer upp resultat och effekter samt prioriterade arbetsuppgifter
- ansvarar för proaktivitet, samtidigt och helhet.

Grenchefer ansvarar för att utifrån förbundsdirektörens inriktning leda sina respektive verksamheter genom krisen.

7.4 Fungerande larmrutiner, beredskap och uthållighet

För att krishanteringen ska vara snabb och effektiv behövs fungerade larmrutiner. För att klara en situation med okända förutsättningar behövs även en beredskap och planering för uthållighet, vilket kräver korrekta rutiner för överlämning av information.

- Svenska Skidförbundet ska alltid ha en förbundsdirektör och styrelseordförande i tjänst.
- Grenverksamheter ansvarar för att det alltid finns en person med övergripande chefsansvar/-mandat i tjänst.
- Samtliga verksamheter ska tillse att det finns väl dokumenterade, kända och övade kontaktvägar och inkallningssystem.
- Samtliga verksamheter ska tillse att det finns en beredskap som fungerar över tid genom planering av bemanning, inkallning och inte minst avlösning.

7.5 Krisledning

Om det inträffade klassats som en extraordinär händelse kan Svenska Skidförbundets centrala krisledningsgrupp sammankallas av förbundsdirektör eller förbundsordförande. Om den centrala krisledningsgruppen är i funktion utgör den Svenska Skidförbundets högsta beslutsnivå i frågor som rör den aktuella krisen.

I den centrala krisledningsgruppen ingår samma personer som i ledningsgruppen samt övergripande kommunikationsansvarig. Till gruppen



knyts också vid behov personer med den fackkompetens som behövs för att hantera den uppkomna situationen.

Krisledningens viktigaste uppgifter är att:

- Besluta om gemensamma prioriteringar och förmedla dessa till berörda parter.
- Samordna och fatta beslut kring kommunikation.
- Säkerställa att hanteringen av krisen är koordinerad med hanteringen på gren-, distrikts-, förenings- och på nationell nivå.
- Upprätta lägesbild och förankra denna via valda kanaler med berörda interna och externa aktörer.

7.6 Talespersoner i media

Vid en kris som klassats som en extraordinär händelse eller motsvarande allvarlig händelse är den centrala krisledningsgruppen ansvarig för innehållet i Svenska Skidförbundets kommunikation. Normalt utses vid sådana fall också en särskild talesperson till vilken media hänvisas. När Svenska Skidförbundet som organisation väljer talesperson bör den chef som har mest insyn i krishanteringen vara den som uttalar sig i media.

Notera! Meddelarfrihet och efterforskningsskydd gäller i alla verksamheter. Det innebär att alla anställda inom offentlig verksamhet får lämna uppgifter till massmedier i syfte att dessa ska publiceras.

Efterforskningsskyddet innebär att arbetsgivaren inte har rätt att undersöka anställdas kontakter med massmedia. Det är därför mycket viktigt att vi i ett tidigt skede, före media och allmänhet, informerar internt för att undvika eventuella spekulationer.

8 Var finns kriskommunikationsplanen?

Denna kriskommunikationsplan är en extern version av Svenska Skidförbundets kriskommunikationsplanen (utan kontaktuppgifter) som finns tillgänglig på Svenska Skidförbundets webbplats skidor.com (rubrik Om förbundet>Dokumentbank>mapp SSF – Övergripande).

9 Revidering av planen

Kriskommunikationsplanen fastställts av förbundsstyrelsen. Tillhörande riktlinjer, bilagor och checklistor fastställs av förbundsdirektören.



**SVENSKA
SKIDFÖRBUNDET®**
SWEDISH SKI ASSOCIATION

10 Bilagor

Bilagor och checklistor ska underlätta det operativa kommunikationsarbetet vid en allvarlig eller extraordinär händelse. Bilagor och checklistor uppdateras löpande efter behov.



10.1 Checklista: Allmän arbetsgång

- Informera** verksamhetschef, förbundsdirektör och övergripande kommunikationsansvarig.
- Upprätta logg**, en eller fler beroende på inblandade verksamheter. Utse ansvariga som dokumenterar samtliga kommunikationsinsatser.
- Vad har hänt** och vilket är läget:
 - Vad? Tid? Plats?
 - Omfattning?
 - Typ av kris? (Förtroendekris, dödsfall, personskador, materiella skador, hotade värden etc.)
 - Befarad utveckling?
 - Vilka åtgärder har tagits?
 - Vilken information saknas?
- Behov av kommunikationsinsatser:**
 - Prioritera målgrupper: Vilka målgrupper är berörda och hur påverkas de?
 - Vilka kommunikationsinsatser och mediakontakter är nödvändiga?
 - Vilka kanaler ska användas?
 - Behöver informationen samordnas med andra aktörer. Vilka?
- Utse en talesperson** som har mandat och är tillgänglig.
- Formulera budskap**, se checklista 10.3
- Kommunicera internt** – bekräftad information och beslut (ev. även till växel).
- Kommunicera externt** – publicera bekräftad information och beslut via www.skidor.com, sociala medier, mediekontakter och andra relevanta kanaler.
- Analysera** om mer personal behövs för kommunikationsarbetet. Verksamhetschef/förbundsdirektör beslutar.
- Följ händelseförloppet** och inhämta ny information.
- Utvärdera effekter** av gjorda kommunikationsinsatser.
- Bedöm förnyat behov** av kommunikationsinsatser.
- Formulera uppdaterade budskap** och kommunicera dessa.



10.2 Checklista: Formulera budskap

Ansvarig: kommunikatör

- Utgå från VMA (viktigt meddelande till allmänheten) om sådant finns.
- Bekräfta uppgifter och formulera budskap.

Vad har hänt?

- Beskriv händelsen kortfattat.
- När? Vem? Var? Hur? Varför?
- Om en fråga inte kan besvaras, berätta varför.

Beslut och åtgärder:

- Beskriv beslut och åtgärder, i första hand SSFs beslut och åtgärder.
- Beskriv vilka resurser som används för att genomföra åtgärderna.

Konsekvenser och effekter:

- Beskriv förväntade konsekvenser och effekter av SSFs åtgärder.
- Beskriv om möjligt vad SSF ska göra i nästa steg.
- Uppskatta sluttid för händelsen och/eller för konsekvenserna av händelsen.

Mer information:

Informera om var berörda kan få mer information och hur de tar kontakt med exempelvis:

- Polis 114 14
- Upplysningscentral (om sådan upprättas) ev. krisnummer
- Posom (psykiskt och socialt omhändertagande vid större katastrofer)
- Sjukvård, anhöriga och medier
- Presskommunikatör
- Annan berörd myndighet
- Annan ansvarig funktion/person



10.3 Checklista: Publicera på webben

Ansvarig: Kommunikatör

- Skapa en lätt igenkännande bild (statisk puff/banner) som kan användas för all kommunikation kring händelsen.
- Skapa en övergripande nyhetssida, skriv "Information på denna webbsida uppdateras löpande." i kursiv stil överst i löptexten.
- Fyll nyhetssidan med aktuellt innehåll och bekräftad information om händelsen, se checklista "Formulera budskap" och aktuella kontaktvägar.
- Kontrollera att telefonnummer och andra angivna kontaktvägar är korrekta och fungerar.
- Kontrollera att ev. länkar till andra webbsidor och andra webbplatser fungerar.
- Publicera på skidor.com
- Vid behov: Översätt övergripande information till engelska och publicera som löpande nyhet, med länk från nyhet på svenska.
- Uppdatera informationen vid behov.



10.4 Checklista: Publicera på/bevaka sociala medier

Ansvarig: Kommunikatör

- Avsätt en eller flera personer för att publicera på och bevaka inkomsten i sociala medier.
- Länka till publicerad information på skidor.com för att styra besökare dit.
- Följ i övrigt riktlinjer för sociala medier.



10.5 Checklista mediebevakning och analys

Steg 1

- Kontrollera omvärldsbevakningen i Retriever.
- Googla på sökord om händelsen.
- Följ kvällspress för de snabba nyheterna.
- Följ SR P4.
- Följ Twitterflöden www.twitter.com genom ämnen, taggar, konton och hashtags som trendar.
- Beställ ev ny sökprofil från Retriever genom övergripande kommunikationsansvarig
- Bevaka berörda aktörers webbplatser och sociala kanaler.
- Bevaka våra egna externa kommunikationskanaler.

Steg 2

- Dokumentera. Någon annan ska kunna ta över omvärldsbevakningen efter dig.
- Bestäm hur ofta vi ska rapportera.
- Planera och schemalägg personal för att överlämning ska gå så smidigt som möjligt.

Steg 3

- Sammanställ och analysera informationen: Hur beskrivs händelsen i massmedia, hos berörda aktörer och hos allmänheten? Stämmer bilderna överens? Ges samma budskap? Spretar de? Är de bristfälliga eller felaktiga? Vilken information efterfrågas? Finns det prioriterade målgrupper för information?
- Förmedla bilden av krisen och dess konsekvenser till kriskommunikationsansvarig.
- Jämför omvärldsbilden med våra budskap.



10.7 Checklista uppföljning

En uppföljning, i så nära anslutning som möjligt till krisen, bör beskriva:

Bakgrund

Vad gällde krisen, vilka berördes etc.

Organisation och struktur

- Vem/vilka arbetade med kommunikationsfrågor?
- Hur fungerade roller, ansvar och samarbeten (internt och med andra aktörer)?
- Hur var kommunikation en del av krisledningens arbete?
- Fanns en plan för kommunikationsarbetet?
- Vad fungerade väl och vad kan förbättras?
- Finns det behov av förändringar för att nå önskade förbättringar?

Kanaler och målgrupper

- Vilka kanaler användes för vilka målgrupper?
- Vad fungerade väl och vad kan förbättras?
- Finns det behov av förändringar för att nå önskade förbättringar?

Aktiviteter

- Vilka aktiviteter planerades och genomfördes?
- Vad fungerade väl och vad kan förbättras?
- Finns det behov av förändringar för att nå önskade förbättringar?

Information och dialog

- Hur fungerade den information som togs fram?
- Hur fungerade vårt arbete med att svara på frågor och inlägg?
- Hur tog vi tillvara på frågor och inlägg för dels att utveckla information, dels i ledningsarbetet etc.
- Vad fungerade väl och vad kan förbättras?
- Finns det behov av förändringar för att nå önskade förbättringar?

Media

- Vad fokuserade media på?
- Hur arbetade vi med mediekontakter?
- Vad fungerade väl och vad kan förbättras?
- Finns det behov av förändringar för att nå önskade förbättringar?

En uppföljning kan ske subjektivt i den grupp som arbetade med krisen och kriskommunikationen, eller genom att ta hjälp av andra som får ge sin bild. Beroende på händelsen så kan uppföljningen variera i omfattning; är det en större händelse som krävt riktigt stora kommunikationsinsatser kan det vara bra att anlita någon utomstående som gör uppföljningen.