

CHECKLIST COMMUNICATIE GROTE INCIDENTEN

VOORAF

- * **Bedenk wat kan er gebeuren?**
- * **Samenstelling crisisteam**
Wie zitten daarin, wat zijn de taken?
- * **Woordvoerder**
Er is één woordvoerder, benoem deze.
Benoem een woordvoerder als directeur afwezig is.
- * **Toegang tot website**
Wie heeft/hebben toegang, waar zijn de inlogcodes, wie beheert/beheren deze?
- * **Toegang tot sociale media**
Wie heeft/hebben toegang, waar zijn de inlogcodes, wie beheert/beheren deze?
- * **Omgevingsanalyse**
Wie checkt/checken de sociale media, internet, radio en tv op berichten over het incident?
- * **Openstellen van een telefoonnummer**
Welk nummer is dat? Wie neemt/nemen de telefoon op?
- * **Openstellen van een mailadres**
Welk mailadres is dat? Wie beheert/beheren dat?
- * **Interne belijst opstellen**
Regelmatig bijwerken.
- * **Lijst van belanghebbenden opstellen**
Regelmatig bijwerken.
- * **Lijst van journalisten/media opstellen**
Regelmatig bijwerken.
- * **Opvang media**
Waar gebeurt dat en wie vangt/vangen de media op?

CHECKLIST COMMUNICATIE GROTE INCIDENTEN

STAPPENPLAN TIJDENS INCIDENT

1) Kom als eerste met informatie over het incident. Binnen 15 minuten een bericht op de website van de school en op de sociale media zoals Twitter (als de school een account heeft). Aangeven op welke locatie er wat aan de hand is en wat er wordt gedaan. Maak een kernboodschap en blijf bij de feiten.

Standaard kernboodschap:

- Er is hier.....
- We werken er aan.....
- We komen zo snel mogelijk met nieuwe informatie.

2) Feiten aan ouders en/of leerlingen melden via mail en WhatsApp

3) Interne communicatie over de feiten via mail en WhatsApp

4) Iedere dertig minuten een nieuw feitenbericht toevoegen

5) Afstemming met bestuurder en afspraken over woordvoering naar de media

6) Eventueel afstemming met gemeente, politie, hulpinstanties e.d.

7) Indien nodig extern advies inwinnen over crisiscommunicatie

8) Start omgevingsanalyse; wat wordt er over het incident verteld op de sociale media en de traditionele media?

9) Keuze van communicatie: informeren, overtuigen, instrueren, dialoog

10) Formuleren van de doelgroep en de kernboodschap

11) Controleren of gekozen communicatietrajecten aansluiten bij de wereld buiten

12) Indien nodig: bijstellen van de kernboodschap en/of strategie

13) Herhaling van bovenstaande stappen vanaf 2