

INNHold

FIGURER	8
TABELLER	9
FORORD	10
OM BOKEN	11
KAPITTEL 1 INNLEDNING	13
I krisenes tid	13
Krisetypologier	16
Kriseledelse – en strategisk prosess	24
Krisekommunikasjon.	26
Interessentkommunikasjon	27
KAPITTEL 2 INTERESSENTLEDELSE OG KRISEHÅNTERING	28
Innledning.	28
Interessenteori og krisehåndtering	28
Interessentledelse.	30
Interessentkartlegging	31
Kriterier for interessentkartlegging	39
Oppsummering	49
KAPITTEL 3 <i>ISSUES MANAGEMENT</i> – ET INTERESSENTPERSPEKTIV	50
Innledning.	50
Issues management	52

Issues management-prosessen	53
Issues management i sosiale medier	59
Oppsummering	62
KAPITTEL 4 INTERESSENTPERSPEKTIV PÅ RISIKOLEDELSE	64
Innledning	64
Risikostyringsprosess – en oversikt	64
Risikokommunikasjon	67
Risikokommunikasjon i helsekriser	77
Nye medier og risikokommunikasjon	83
Effektiv risikokommunikasjon.	84
Oppsummering	85
KAPITTEL 5 OMDØMMELEDELSE OG	
INTERESSENTKOMMUNIKASJON	86
Innledning	86
Interessentspesifikt omdømme.	88
Hvorfor omdømme er viktig	90
Oppbygging av et positivt omdømme blant interessenter.	92
Overvåking av trusler mot organisasjonens omdømme	94
Medias rolle i omdømmehåndtering	96
Sosiale mediers rolle i omdømmehåndtering	100
Omdømmekriser i sosiale medier.	105
Oppsummering	116
KAPITTEL 6 INTERESSENTRELASJONER	117
Innledning	117
PR og interessentrelasjoner	118
Interorganisatoriske relasjoner	121
Oppsummering	123
KAPITTEL 7 INTERESSENTKOMMUNIKASJON I KRISER	125
Flere stemmer i en krise.	125
Krisekommunikasjon ved store hendelser	126
Samordning og kommunikasjon	127
Interessentkommunikasjon under en krise.	138
Interessentenes informasjonsbehov	145

Informasjonsunderskudd og informasjonsvakuum 147
 Oppsummering 148

KAPITTEL 8 EN INTERESSENTILNÆRMING TIL

KRISEEVALUERING. 150
 Innledning. 150
 Evaluering basert på interessenter 151
 Evaluering av krisekommunikasjon. 152
 Evaluering av mediedekning 153
 Metoder for innsamling av tilbakemeldinger. 153
 Oppsummering 154

REFERANSER 155

STIKKORDREGISTER. 169