



Når stormen rammer – sådan håndterer du en shitstorm på sociale medier

Et kritisk opslag kan udvikle sig til en digital shitstorm på få timer – og skabe alvorlige konsekvenser for både omdømme og arbejdsmiljø. I en følelses-mættet branche som vores, hvor tillid og relationer er centrale, er det afgørende at være forberedt og handle med rettidighed og ro.

GUIDE TIL DYRLÆGE- VIRKSOMHEDER UNDER EN SHIT- STORM

Dyrlægevirksomhedernes Arbejdsgiverforening har udarbejdet en »Guide til dyrlægevirksomheder under en shitstorm«.

Du finder guiden her:
ddd.dk > Virksomhedsejer
> Ledelse og drift
> Shitstorm

Start med analyse – og bevar overblikket

Før I svarer, skal I forstå, hvad I står overfor: Er der tale om en konkret klage, en misforståelse eller et organiseret angreb? Gennemgå sagens fakta, tal med de involverede og vurder, om der er tale om et enkeltstående tilfælde – eller et mønster. Dokumentér alle relevante opslag, beskeder og anmeldelser – gerne med skærmbilleder.

Vælg jeres strategi

Når I har overblikket, skal I beslutte, hvordan I kommunikerer. Hvis kritikken er berettiget, bør I anerkende oplevelsen, undskylde ansvarligt og tilbyde en privat dialog. Er der tale om en misforståelse, kan det hjælpe at dele generelle fakta om klinikkens arbejds-gange – uden at nævne enkeltpersoner eller sagsforløb. Er der tale om chikane eller trolling, så hold tonen neutral og svar kun én gang – eller moderér indholdet, hvis det bryder jeres retningslinjer.

Svar kort – men menneskeligt

Reager roligt og respektfuldt. Et enkelt svar med anerkendelse og fakta er ofte nok. Undgå at diskutere, og skriv aldrig noget, der kan opfattes som en afsløring af patientdata – heller ikke indirekte. Tavshedspligten gælder også i kommentarfelter. Brug aldrig politiet som trussel offentligt – det eskalerer oftest situationen.

Én talsperson – ét budskab

Det er vigtigt med én samlet stemme udadtil. Informér internt, og sørg for, at medarbejderne ikke føler ansvar for at forsvare klinikken online. Lav en klar rollefordeling – og giv medarbejderne mandat til at forholde sig tavse. Det er korrekt adfærd.

Støt medarbejderne

En shitstorm kan være psykisk belastende – især hvis navne nævnes. Tal åbent om, hvad der sker, og skab rum for reaktioner. Overvej pauser fra kundekontakt, og tilbyd støtte ved behov. Husk: Det er en ledelsesopgave at tage presset – ikke medarbejdernes ansvar at stå i front.

Når stormen har lagt sig

Evaluer forløbet: Hvad virkede, og hvad kan forbedres? Justér jeres interne procedurer og sociale medier-politik. Overvej, hvordan I kan genopbygge tillid og skabe ny, positiv synlighed – fx ved at dele fagligt indhold, cases eller klienthistorier (med samtykke). Shitstorms går over – men de efterlader ofte spor. En forberedt klinik kommer bedst igennem og hurtigst videre. ■