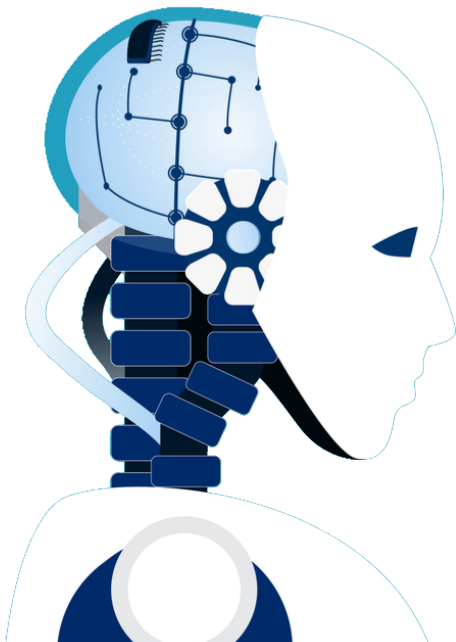


Intelligent Communiceren

Crisismanagement optimaliseren met Artificial Intelligence? Think big!



Intelligent Communiceren

Crisismanagement optimaliseren met Artificial Intelligence? Think big!

Yvette Miedema

COV3D

Iris Withuis

Capita Selecta

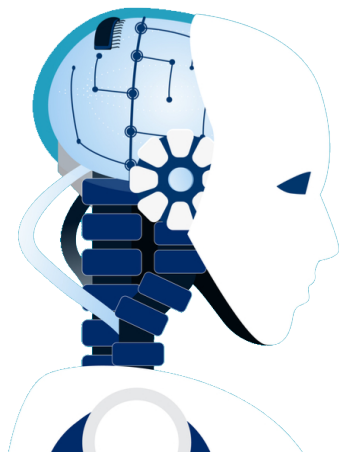
Opleiding Communicatie

Instituut voor Communicatie, Media en Informatietechnologie

Hogeschool Rotterdam

2017-2018 Jaar 3

Rotterdam juni 2018



Voorwoord

Hoe kom je erop? Kunstmatige intelligentie “mogelijk” toepassen op crisismanagement en crisiscommunicatie..

Na eindeloos sparren met familie, diverse docenten, kritische medestudenten en mijn grootste criticus: mijzelf, ben ik dan toch tot het paper gekomen wat u nu voor u ziet. Tijdens het schrijven van dit paper ben ik diverse stadia gepasseerd. *“Heb ik mijzelf nu in de vingers gesneden?” “Ik kan hier 2000 pagina's over schrijven in plaats van 2000 woorden..” “Zoek ik wel in de goede richting?”* Toch stak de vuurrode visie door dit alles ten alle tijden af tegen de twijfels. Kunstmatige intelligentie, zoals u later zal lezen, is met haar brede context en onontdekte mogelijkheden nog als een open vlakte. Vrijwel alles is mogelijk! Maar als je slechts blijft kijken naar wat al kan, sluit je je creativiteit voor wat zou kunnen. Daar begon ik mijn zoektocht. Met als groot motto: van compliceren naar simplificeren.

Iris Withuis, ontzettend bedankt voor het vertrouwen in mijn “ambitieuze projectje”. Agaath Flikweert, bedankt voor het zijn van een sparpartner en de medepassie voor het onderwerp en haar kansen. Daarnaast ontzettend bedankt aan iedereen die mijn “hardop nadenk-sessies” met niets dan geduld heeft aangehoord.

Over tijdsbesparing gesproken.. Ik wens je veel leesplezier!

Yvette Miedema

“Don't be afraid to take challenges in life as without taking challenges you'll be unable to see what's your real capability”
– Anurag Prakash Ray

Inhoudsopgave

VOORWOORD	3
INLEIDING	5
§1 THE THEORIE OF EVERYTHING	6
KUNSTMATIGE WAT?	6
CRISIS-BASIS	7
KUNSTMATIGE CRISIS?	7
§2 ROOSKLEURIG VS THE DARK SIDE OF THE MOON	8
KANSEN	8
UITDAGINGEN	8
§3 YOUR ARTIFICIAL OPPORTUNITY	10
SHOULD I STAY OR SHOULD I GO?	11
BIJLAGE 1 AI IS DE TOEKOMST? DE DROOM	14
BIJLAGE 2 CONCEPTUEEL MODEL	15
STAP 1.	15
STAP 2.	15
STAP 3.	16
STAP 4.	16
STAP 5.	16

Inleiding

Dit paper is opgesteld in opdracht voor de Hogeschool Rotterdam, opleiding Communicatie jaar 3. Vanuit een ontwikkelingsanalyse is tot de volgende hoofdvraag gekomen:

Hoe kunnen organisaties gebruik maken van de technologie AI om crisiscommunicatie te optimaliseren?

Om dit vraagstuk aan te kunnen pakken, vind er allereerst een uiteenzetting van de hoofdvraag plaats. Hierin wordt de vraag in context geplaatst. Daarnaast wordt bekeken hoe de huidige landschappen van crisiscommunicatie en kunstmatige intelligentie eruit zien via een theoretisch kader. Om dit landschap levendig te maken worden, gedurende de tekst, diverse voorbeelden van influencers genoemd waarin AI zichzelf momenteel beschikbaar stelt en welke lessen er uit crisiscommunicatie tot op heden zijn geleerd.

Naar aanleiding van de voorbeelden en uiteenzetting van de hoofdvraag, worden voor- en nadelen van deze diverse kanten belicht. Influencers komen aan bod en er vindt een kritische uiteenzetting van kansen en uitdagingen plaats.

Vervolgens wordt het conceptueel model geïntroduceerd naar aanleiding van het theoretisch kader en de uiteenzetting van de kansen en uitdagingen.

Ten slotte wordt de eigen (toekomst)visie van de auteur beschreven waarnaar volgend de conclusie op de hoofdvraag.

Hoe kunnen organisaties gebruik maken van AI om crisiscommunicatie te optimaliseren?

§1 | The Theorie of Everything

Oké, dat is een mond vol. Om te beginnen, wat betekent deze vraag nou eigenlijk? Door middel van voorbeelden en theorie, wordt er wat dieper in gedoken op de ietwat brede begrippen AI en crisiscommunicatie.

Kunstmatige wat?

Onder de technologie Artificial Intelligence (AI) ofwel kunstmatige intelligentie, worden software en robots die menselijk handelen of denken imiteren verstaan (Verkade, 2014). Dit houdt in dat machines het vermogen krijgen om menselijk gedrag zoals redeneren, leren of het begrijpen van spraak en informatieverwerking na te bootsen. Daarnaast helpt AI hoe diverse instanties consumenten beter kunnen begrijpen, een connectie met hen kunnen leggen en hoe zij optimale consumentenervaringen kunnen creëren (Whitler, 2016). Klinkt het nog een beetje vaag? Bekijk het eens zo: de mogelijkheden en kansen zijn nog eindeloos. Het mooie van AI is dat het zo breed inzetbaar is en diverse takken van de maatschappij van voordelen kan voorzien. Van particulier tot zakelijk en van defensie tot marketing. AI komt eraan, so you better be ready!

Naast het imiteren van menselijk handelen, heeft AI een zelflerend vermogen. Zo herkent het software patronen en leert het processen te optimaliseren. Hee, dat wordt wel gewaardeerd! Door het herkennen van processen kan AI situaties voorspellen via de geanalyseerde data. Dit gaat verder dan alleen cijfertjes en feitjes. AI kan namelijk zelfs een patroon herkennen in sentiment op social media of waar de data dan ook vandaan kan komen. Hierdoor ook menselijke gemoedstoestanden zoals bijvoorbeeld depressies kunnen worden herkend. Een stapje dichterbij een gezonde werksfeer (McQuillan, 2018).

Mocht AI nog steeds gezien worden als "Autistische Intelligentie" zonder sociale skills, kan het volgende daar misschien verandering in brengen. Het bedrijf Cogito Corp zet AI in om menselijke signalen te detecteren en op basis hiervan voorzien in real-time gedragsbegeleiding. Hiermee wordt de kwaliteit van iedere interactie verbeterd (Cogito Corp, z.d.). Door de mogelijkheid om patronen te herkennen in menselijke signalen kunnen niet alleen, zoals eerder genoemd, gemoedstoestanden worden herkend en aangegeven, maar zelfs een passende reactie worden gecreëerd vanuit de AI hoe bijvoorbeeld een organisatie hierop kan anticiperen.

Kortom, de huidige inzet en mogelijkheden op het gebied van AI zijn zo breed en haast eindeloos dat het vinden van die rode draad nog vrij onduidelijk is. Van de chatbots van Facebook die een eigen taal creëerden (wat overigens niet de reden was voor het afronden van de overkoepelende AI taak binnen het experiment) tot koelkasten die je een seintje geven wanneer inhoud toch wel een keer weggegooid mag worden of je melk op is. Cool toch?! De technologie ligt er, nu nog een mooie invulling geven.

Crisis-Basis

Now we've got that out of the way; wat is dan precies crisiscommunicatie? "Een crisis is een extreme situatie die zorgt voor ontwrichting van de maatschappij" (VRR, 2018). Een helder crisisplan helpt de organisatie in kwestie bij het kunnen oplossen/ inspelen op de crisis op een zo kort mogelijke termijn. Dit is van belang omdat crises zich vaak vrij abrupt voordoen, wanneer er dan nog plannen moeten worden gemaakt gaat er kostbare tijd verloren. Bij crisissituaties is voorbereiding meer dan het halve werk en kan een crisisplan de situatie redden.

Tijdens het vooronderzoek voor dit paper, begon het erop te lijken dat eigenlijk geen universele, vaste opbouw of richtlijnen bestaan voor een crisisplan zoals bij het opstellen van een rapport. Vrijheid of juist niet? Een moment later vertelde een specialist dat iedere organisatie de invulling van haar crisisplan zelf opbouwt. *Presumption, confirmed* (Flikweert, 2018).

Regionaal is echter wel te zien dat er bepaalde templates zijn voor de opbouw van een crisisplan, alleen is dit niet of nauwelijks toepasbaar voor de bredere markt. Er moet toch iets zijn, wat iedere organisatie als opbouw zou kunnen gebruiken voor haar crisisplan? Nou, niet dus. Dit maakt het eenduidig, compleet en praktisch maken van crisisplannen ook niet bepaald makkelijker. Wanneer iedere crisis in een compleet ander jasje wordt gestoken, wordt evalueren op die crises ook wat complexer. Dat moeten we, even dromend over de Lean Start-Up methode, toch eigenlijk niet willen? Moet een organisatie dan ook haar crisisteam ten alle tijden een Engelse Royal Family Treatment geven om te voorkomen dat deze kennis, kunde en mogelijkheid tot doorgaven van de kunst op een volgende 'generatie' te behouden? De kunst van het prioriteren ontstaat al voor een groot deel uit ervaring..

Kunstmatige Crisis?

Het is misschien al een beetje op tafel gelegd, maar de combinatie tussen AI en crisiscommunicatie wordt al een tijdje gemaakt.

Momenteel gebeurt dit voornamelijk binnen de Defensie tak. Uit magazines die het Ministerie van Justitie en Veiligheid regelmatig uitbrengt, komen toepassingen van AI op crisisbeheersing steeds sterker naar voren. Van het leggen van verbanden tussen het mythische begrip Big Data tot het voorkomen van eventueel "cyberterrorisme" (Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid, 2017).

Een ander bijzonder vakgebied waarbinnen steeds meer gebruik wordt gemaakt van AI is "de Medische Wereld". Misschien doet de naam Watson een belletje rinkelen. Watson is de door IBM ontwikkelde AI, die maar al te druk is met het leren van zoveel mogelijk nieuwe trucjes. Binnen de zorg focust Watson zich op het optimaliseren van prestaties door verbindingen te leggen tussen medicaties en eventuele ziektes, het bezig houden met patiënten door bijvoorbeeld het ontwikkelen van gepersonaliseerde zorgplannen, het mogelijk maken van effectieve zorg door interpretatie van testresultaten en het verbeteren van de algehele gezondheid van de populatie door de ervaringen van patiënten te verbeteren terwijl de kosten zo laag mogelijk blijven (IBM). Je moet het maar kunnen..

In het volgende hoofdstuk worden de voor- en nadelen van AI in Crisiscommunicatie eens naast elkaar gelegd.

§2 | Rooskleurig vs The Dark Side of the Moon

Oké, om een compleet beeld van de toepassingen van AI in crisiscommunicatie te kunnen geven, moet er uiteraard ook even gekeken worden naar de “pro's en con's” van deze bijzondere link. Er wordt in kansen en uitdagingen gesproken, gezien de misleidende lading van de woorden ‘positief’ en ‘negatief’. Ieder aspect kan namelijk, zoals wel vaker, van meerdere kanten worden belicht.

Kansen

Onder het mom van ‘ieder nadeel heb z'n voordeel’ wordt het niet beïnvloeden van emotie of irrationeel (menselijk) handelen, juist als kans gezien. Door de rationele en functionele analyses die AI in staat is te filteren, kan in vele gevallen de snelheid van crisisrespons worden geoptimaliseerd. Niet langer hoeven alle stakeholders direct uit bed te rennen; er is zelfs tijd om eerst tanden te poetsen!

Voorafgaand aan een potentiële crisis, kan de AI onderzoek ondersteunen in het aan zien komen van crises. Een organisatie kan daar vervolgens op in spelen, wie weet met behulp van de AI, om deze crises zelfs te voorkomen en met een sissers af te laten lopen in plaats van een ontploffende bom.

Door de razendsnelle filtering van informatie, die vanuit diverse actoren (dag filterbubbel) wordt belicht, is AI in staat om tot een betrouwbaar en op maat gemaakte samenvatting aan informatie te komen. Niet alleen de informatie kan worden gegeven, AI is zelfs in staat om te voorzien in een compleet gesimuleerde situatie. Op deze manier wordt de analyse van een uitkomst van een crisissituatie vergemakkelijkt. In plaats van een raam vol met post-it's die worden geplakt en weggehaald, visualiseert AI in mum van tijd de diverse uitkomsten in diverse situaties (Khalil, 2017).

Naast bovenstaande en eerdergenoemde kansen, biedt AI op het gebied van crisiscommunicatie nog een kans. Er wordt wel eens gezegd dat de reputatie van een organisatie in tijden van een crisis op hete kolen loopt. Hoe er wordt ingespeeld op een crisis kan de reputatie van een organisatie namelijk versterken of compleet te grond in boren. Wanneer het tweede gebeurt, is de kans dat de organisatie de crisis overleefd aanzienlijk kleiner vanwege verlies van vertrouwen, negatieve publiciteit en misschien wel het ergste; het niet meer naleven van de kernwaarden. Door (voor-) onderzoek bij te staan vanuit een onbeïnvloed en objectief standpunt, is de AI in staat om vanuit de kernwaarden van de organisatie te zoeken naar een oplossing die ook echt bij die organisatie past. Op deze manier wordt het risico op reputatieschade gereduceerd met daarmee de kans op het instorten van het complete kaartenhuis.

Uitdagingen

AI wordt soms een beetje gezien als de grote, boze Wolf die de werkgelegenheid van Roodkapje af dreigt te pakken. Echter, waar we volgens Tech Emergence echt bang voor zouden moeten zijn, is dat AI de foutjes in huidige sociale structuren en doorgedrongen issues versnellen of verergeren. Oftewel, de foutjes die nu al in de

sociale structuren zitten zoals milieuvervuiling en de uitputting van grondstoffen wordt door AI voornamelijk versimpeld, omdat de wortels van deze foutjes al zo diep in de maatschappij genesteld zijn (Faggella, 2017).

Een duidelijk voorbeeld van hoe dit al eens eerder mis is gegaan, is in de financiële industrie. Vanuit financiële algoritmes, was de AI ingesteld om zoveel mogelijk geld te regelen voor de eigenaar, ofwel in te spelen op een van hachelijke eigenschappen van de mens: hebzucht. Belangrijke factor hier is dat het hierbij al ging om een super-intelligentie zonder mensgericht doel (Faggella, 2017).

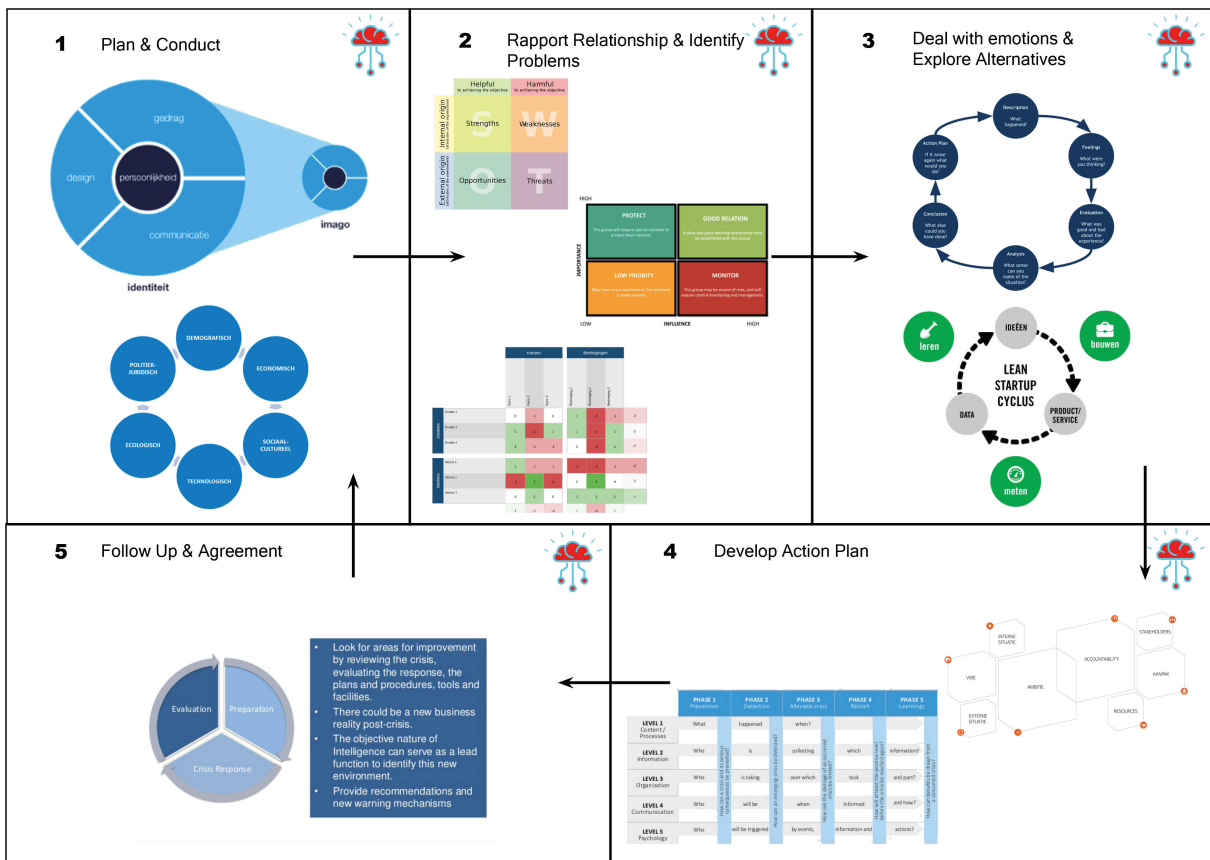
Zoals meerdere technologieën, is de technologie van AI niet slecht of gevaarlijk in essentie. Het is voornamelijk de angst voor eventuele onafhankelijkheid en vrije wil van de AI, die de gehele technologie in een kwaad daglicht zet. Wat vaak vergeten wordt is dat alle "slechte eigenschappen" die een AI potentieel zou kunnen bezitten, voortvloeien uit het menselijk karakter (Faggella, 2017). Zo wel als dat er geen perfecte mens kan bestaan, kan er voorlopig ook nog geen 'perfecte robot' worden ontwikkeld. Iedere "slechte eigenschap" kan namelijk in bepaalde situaties zorgen voor een voordelige uitkomst, mits van de correcte kant belicht. Nog steeds neemt dit niet weg dat dit een enorme maatschappelijke verandering van mindset vergt. Ethische complicaties kunnen duidelijk opspelen, gezien het feit dat bepaalde menselijke trekjes nu eenmaal erg open voor interpretatie zijn. Dit vereist het menselijke wondertje empathisch vermogen. Sarcasme is nou niet bepaald het minst gebruikte geintje op sociale media..

Bekende namen zoals Bill Gates hadden er wat minder vertrouwen in: "You'll be at a superhuman level almost as soon as that algorithm is implanted in silicon" (Gates, 2015). Oftewel, tegen de tijd dat AI algoritmes geoptimaliseerd zijn in Silicon Valley, is de eerste "superhuman" al gemaakt. Hier zit een kern van waarheid in. Het proces dat een AI moet doorlopen om hoofd- van bijzaken te kunnen scheiden, advies op maat te kunnen leveren en echt een meerwaarde te kunnen leveren waar de mens dat niet kan is, afhankelijk van de ontwikkelingen binnen de branche, momenteel nog vrij lang.

§3 | Your Artificial Opportunity

Van een angstaanjagende, allesvernietigende, sciencefiction robot, naar een liefdevolle, strategische en anticiperende rots in de branding. Oké, misschien ietwat drastisch en een beetje vooruitstrevend, maar de kansen liggen er.

Ondanks de groeiende mogelijkheden van AI, zal AI binnen crisiscommunicatie voornamelijk kunnen bijstaan in het belichten van situaties vanuit diverse actoren en het geven van een volledig objectief “back-up” advies. Eerder werd al geconcludeerd dat er geen eenduidig crisisplan bestaat. Met behulp van AI kan dit veranderen. Lees mee hoe.



¹ The Lean Crises-Processing Canvas.

Door middel van bovenstaand opgezet canvas, kan de organisatie met behulp van AI haar analyse voor- tijdens- en na de crisissituatie analyseren en bijstellen waar nodig. Door middel van deze 5 stappen, kan de organisatie een zo volledig en concreet mogelijke analyse doorlopen, welke gebaseerd is op het zo efficiënt mogelijk gebruiken van de verkregen tijd. In crisis gaat het nu eenmaal om het zo snel en ‘goed’ mogelijk anticiperen op de situatie, zonder daarbij de organisatie zelf of stakeholders te benadelen.

¹ Voor een duidelijkere visualisatie en volledige uitleg van dit model, zie bijlage §2 | Conceptueel Model.

Should I stay or should I go?

Dus, hoe kunnen organisaties gebruik maken van de technologie AI om crisiscommunicatie te optimaliseren?

Naar aanleiding van de input van diverse influencers, het theoretisch kader en het analyseren van de voorgaande, huidige en toekomstige situatie van crisiscommunicatie: door een open mind te houden en te kijken waar AI een helpende hand kan bieden, in plaats van banen kan kosten.

Voor de nabije toekomst zal AI voornamelijk kunnen voorzien in het bijstaan van medewerkers in crisiscommunicatie en crisismanagement, door haar objectieve analysetechnologie en de mogelijkheid om eindeloze situaties tegenover elkaar te zetten. Deze *skill* van AI zorgt voor ontzettend veel kansen op het gebied van AI binnen crisiscommunicatie en kan, wie weet, over een langere termijn een groot deel van de crises zelfs voorkomen. Puur en alleen vanwege goede, objectieve en breed uitgezette voorbereiding.

Een AI zal niet van de een op de andere dag een perfect crisisplan kunnen opstellen, naadloos aangesloten op de identiteit van een business en foutloos een compleet crisisplan uit kunnen spugen. Dit kost 'time, effort and hard work'. Net zo min als dat een mens uit bed zal stappen en direct zonder opbouwen een marathon zal kunnen lopen, zal een AI bovenstaande kunnen bewerkstelligen. Echter, verandering hoeft niet angstaanjagend te zijn. Wat werd er in de jaren 90 ook alweer gezegd over de komst van de mobiele telefoon? Juist ja.

Bibliografie

Brataas, K. () Crisis Communication: Case Studies and Lessons learned from International Disasters. Opgehaald van https://books.google.nl/books?id=ICIKDwAAQBAJ&pg=PT192&lpg=PT192&dq=artificial+intelligence+in+crisiscommunication&source=bl&ots=HmQqT1qXWX&sig=eetmUgsvFMkMMoenp7slpL9qgtE&hl=nl&sa=X&ved=0ahUKewjb47Wx5b_bAhVEalAKHWTiDakQ6AEIajAL#v=onepage&q=artificial%20intelligence%20&f=false

Cogito Corp. (z.d.). Leveraging Emotional Intelligence to Enhance Customer Service. Opgehaald van <http://www.cogitocorp.com>

Faggella, D. (9 maart, 2018). (All) Bill Gates' Artificial Intelligence Quotes: A Catalogue of His Statements. Opgehaald van <https://www.techemergence.com/bill-gates-on-artificial-intelligence-a-catalogue-of-his-statements/>

Faggella, D. (14 juli, 2017). Risks of AI: What researchers think is worth worrying about. Opgehaald van <https://www.techemergence.com/artificial-intelligence-risk/>

Flikweert, A. (2017). Crisiscommunicatie: college week 4.

IBM. (z.d.). IBM Watson Health. Opgehaald van <https://www.ibm.com/watson/health/>

Khalil, K.M. (20 december, 2017). The Role of Artificial Intelligence Technologies in Crisis. Opgehaald van https://www.researchgate.net/publication/1735352_The_Role_of_Artificial_Intelligence_Tec%20hnologies_in_Crisis_Response.%20Geraadpleegd%20op%2020-5-2018.

McQuillan, D. (2 juni 2018). How can AI help in a humanitarian crisis? Opgehaald van <https://www.independent.co.uk/news/science/artificial-intelligence-disaster-response-humanitarian-crisis-ai-help-a8319361.html>

Sentinel. (z.d.). Crisis Management and Emergency Communications. Opgehaald van <https://sentinelcrisismanagement.blog/2018/01/05/is-ai-the-future-of-security/>

Verkade, (T). (18 november, 2014). Voorbij sciencefiction: hoe reeel is het gevaar van kunstmatige intelligentie? Opgehaald van <https://decorrespondent.nl/2064/voorbij-sciencefiction-hoe-reeel-is-het-gevaar-van-kunstmatige-intelligentie/217023562800-ee0e82d8>

VRR. (22 mei, 2018). Bedrijfsbezoek Hogeschool Rotterdam.

Whitler, K.A. (1 december, 2016). How Artificial Intelligence is Changing the Retail Experience for Consumers. Opgehaald van <https://www.forbes.com/sites/kimberlywhitler/2016/12/01/how-artificial-intelligence-is-changing-the-retail-experience-for-consumers/#3bc30ac10085>

Wismans, G. (2017). Nationale Veiligheid en Crisisbeheersing. Opgehaald van https://www.nctv.nl/binaries/Magazine%20Nationale%20Veiligheid%20en%20Crisisbeheersing%202017%205_6%20laatste%20editie_interactief_tcm31-296383.pdf

Bijlage 1 | AI is de Toekomst? De Droom

Op basis van het conceptueel model, kan een computerprogramma worden gemaakt. Binnen dit programma staan de bouwstenen opgesomd, ieder met de bijbehorende modellen. De enige voorbereiding voor het crisisplan, is het opstellen van de zoekwoorden per relevant model. Wanneer het crisisplan in moet worden gezet, onderzoekt de AI vanuit deze zoekwoorden alle relevante informatie en vult zo automatisch de modellen en dus het crisisplan in. Op deze manier worden analyses efficiënter en sneller uitgevoerd, omzeild de AI de beruchte “filterbubbel” (hierdoor ontstaat een kritische en objectieve informatiestroom) en wordt human error binnen de onderzoeksfasen vrijwel uitgesloten. De uiteindelijke besluitvorming blijft van menselijke hand, waarbij de AI voornamelijk als informatievoorzieners en adviseur fungeert.

Hierbij is essentieel dat de kernwaarden, visie, missie en corporate identity duidelijk worden vastgelegd binnen het programma. Op deze manier kan de AI de organisatie van passend advies voorzien. Daarnaast worden de adviezen die resulteren uit de modellen ook gerangschikt op toepasbaarheid. Zo worden er meerdere opties gegeven, maar wordt er ook vernoemd waar de valkuilen van dat advies zouden kunnen liggen op basis onder andere de kernwaarden van de organisatie.

Dit heet de droom. Misschien is het, wanneer toegepast, een stuk minder efficiënt en misschien zelfs onmogelijk. Dat werd in de 90's ook gezegd over de mobiele telefoon verslaving en jaren daarvoor ook over het bereiken van de maan. Daarom spoor ik iedereen aan tot het motiveren van je creativiteit. Prikkel al je zintuigen. Ga op mentaal en theoretisch avontuur. Maar bovenal, denk verder dan wat je weet. Wie weet had ook dit paper baat gehad bij een vleugje AI.

Bijlage 2 | Conceptueel Model

Het conceptueel model is opgebouwd uit diverse bestaande modellen. De basisconstructie van het model is geïnspireerd door de Lean Start-Up Methode in combinatie met het Strategisch Communicatie Frame. De Lean Start-Up Methode houdt het continue testen en evalueren van een concept in. In zekere zin is iedere crisis waar een organisatie mee te maken krijgt een test moment voor de organisatie. Staat deze wel sterk in zijn schoenen? Van iedere "test" wordt (hopelijk) geleerd, welke informatie naar de volgende test mee kan worden genomen. Het Strategisch Communicatie Frame is opgebouwd uit diverse bouwstenen die samen de strategie van de organisatie vormen. In het conceptueel model komt dit terug door de interactie die de diverse stappen en sub-modellen met elkaar hebben. Wanneer een aspect uit een van de modellen wordt aangepast, heeft dit effect op de rest van het complete canvas. Daarnaast is het model verrijkt met 'Roberts' Seven Steps Crisis Intervention Model'. In dit model worden de 7 stappen die plaatsvinden binnen een crisis, van de start van de analyse tot en met de evaluatie, weergegeven.

Stap 1.

In stap 1 vinden de Corporate Identity Mix en de DESTEP-Analyse plaats. De CIM zorgt voor een heldere basis voor het Lean Crisis-Processing Canvas. Zoals eerder aangegeven, dient het hart van de organisatie zeker in crisestijden centraal te staan bij de aanpak. Wanneer deze niet duidelijk geformuleerd is, ligt als het ware de eerste bouwsteen al scheef. De DESTEP-Analyse helpt bij het in kaart brengen van alle mogelijke crises en de potentiële impact hiervan op de organisatie. Al kan vanuit diverse actoren, op basis van zoekwoorden en combinaties, deze analyse als het ware invullen. Op deze manier wordt deze basis, ofwel fundering van het onderzoek, zo objectief en systematisch mogelijk benaderd.

Stap 2.

In stap 2 komen 3 modellen aan bod. Als eerste de SWOT-analyse. Hier wordt in kaart gebracht wat de interne en externe kansen, bedreigingen, sterktes en zwaktes zijn. Door middel van AI kunnen de interne sterktes en zwaktes objectief in kaart worden gebracht. Al kan namelijk verbinden leggen en algoritmes herkennen die door medewerkers sneller over het hoofd zouden worden gezien. Op deze manier kan er gewerkt worden aan de meest efficiënte en transparante weg naar de visie van de organisatie.

Naast de SWOT-Analyse vindt het onderzoek plaats om de Stakeholdermap in te vullen. Door een "interest matrix" in te vullen, kan de communicatie aan worden gepast naar de wensen en behoeften van de individuele stakeholder. In crisiscommunicatie is het essentieel dat de juiste boodschap bij de juiste persoon terecht komt. Op deze manier worden die wegen duidelijk in kaart gebracht. Vervolgens wordt het belang van de stakeholders tegenover de zogenoemde macht van de stakeholder geplaatst. Op deze manier wordt duidelijk welke stakeholders prioriteit hebben. Al kan helpen bij het objectief plaatsen van de stakeholders in de juiste positie en zo een adviserend middel zijn.

Vanuit deze SWOT-Analyse wordt de Confrontatiematrix opgesteld. Aangezien de Confrontatiematrix vrij nauw samenhangt met kansberekening, zorgt AI voor de feitelijk hoogste prioriteiten binnen de matrix.

Stap 3.

In Stap 3 vindt volgens Roberts' model het verwerken van emoties plaats. Daarnaast is dit ook het punt waarop alternatieven worden ontdekt. Door middel van het Developing Emotional Intelligence model, wordt emotie verbonden met een rationele betekenisgeving. Zeker in crisissituaties kunnen emoties gemakkelijk de overhand nemen, waardoor het van groot belang is dat hier aandacht aan wordt besteed. Ook dit model dient aangepast te worden aan de behoeftes van de stakeholders zowel intern als extern.

Vervolgens worden door middel van AI de alternatieve situaties gevisualiseerd inclusief mogelijke knelpunten. Op deze manier kan het bestuur gemakkelijker de knoop doorhakken met welk strategieconcept er vervolgt dient te worden.

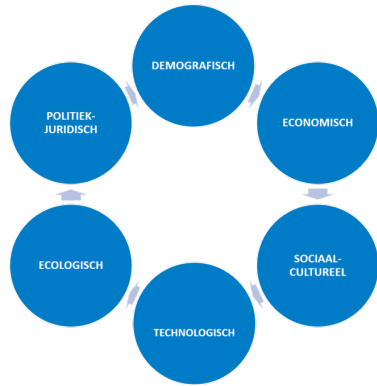
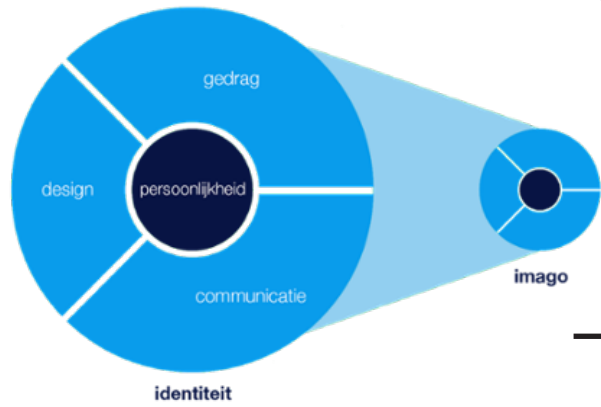
Stap 4.

In stap 4 vindt de ontwikkeling van het actieplan plaats. Dit gebeurt door middel van het Strategisch Communicatie Frame, ten behoeve van de interactie tussen de verschillende bouwstenen, en de Crisis Course Matrix. Hierin wordt concreet ingevuld wat de te ondernemen stappen zijn per 'level' en 'fase'. Dit model kan, wanneer de eerste stappen zijn voldaan, volledig geautomatiseerd worden ingevuld door AI op basis van het hart van de organisatie en de crisis waarin de organisatie zich bevindt. Wanneer er van tevoren basisboodschappen zijn ingevoerd, kan de AI deze vervolledigen, gepersonaliseerd per stakeholdersgroep.

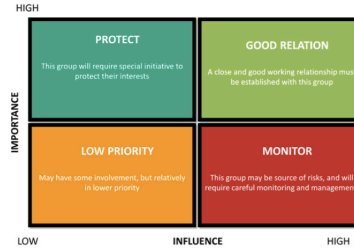
Stap 5.

Last but not least, vindt stap 5 plaats. Hierin wordt teruggeblikt op het proces, de afwikkeling en nasleep van de crisis en geanalyseerd hoe de situatie er voor de organisatie uit ziet naar aanleiding van de crisis. Dit gebeurt door middel van The Intelligence Collaborative.

1 Plan & Conduct

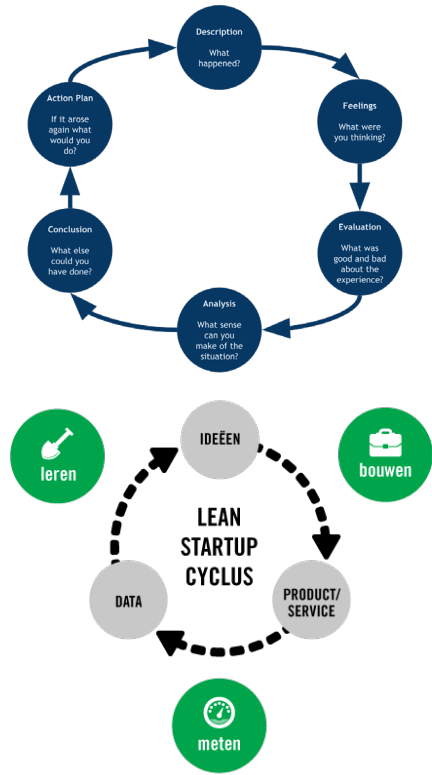


2 Rapport Relationship & Identify Problems



	Kansen			Bedreigingen		
	Kans 1	Kans 2	Kans 3	Bedreiging 1	Bedreiging 2	Bedreiging 3
Zwaktes						
Zwakte 1	0	-1	0	1	-2	-1
Zwakte 2	1	-2	1	1	-2	1
Zwakte 3	1	-1	-1	0	-2	1
Stress						
Stress 1	1	-1	-1	-2	-2	-1
Stress 2	-2	3	2	0	3	0
Stress 3	0	1	0	1	1	1
	1	-2	-3	1	-6	1

3 Deal with emotions & Explore Alternatives



5 Follow Up & Agreement



- Look for areas for improvement by reviewing the crisis, evaluating the response, the plans and procedures, tools and facilities.
- There could be a new business reality post-crisis.
- The objective nature of Intelligence can serve as a lead function to identify this new environment.
- Provide recommendations and new warning mechanisms



4 Develop Action Plan

	PHASE 1 Prevention	PHASE 2 Detection	PHASE 3 Alleviate crisis	PHASE 4 Restart	PHASE 5 Learnings
LEVEL 1 Content / Processes	What	happened	when?		
LEVEL 2 Information	Who	is	collecting	which	information?
LEVEL 3 Organization	Who	is taking	over which	task	and part?
LEVEL 4 Communication	Who	will be	when	informed	and how?
LEVEL 5 Psychology	Who	will be triggered	by events,	information and	actions?

