

Kommunikationsstrategi

Vi ska skapa en positiv upplevelse.

Antagen av kommunfullmäktige 2019-12-11



SÖDERKÖPING.SE

KOMMUNIKATION – EN FÖRUTSÄTTNING FÖR EN FUNGERANDE DEMOKRATI OCH ETT STARKT VARUMÄRKE

Ytterst handlar kommunikation om att förvalta det demokratiska uppdraget och behålla förtroende för vår verksamhet. Enkelt uttryckt ska vi förmedla rätt information till rätt mottagare i rätt tid – på ett intresseväckande sätt i rätt kanal.

Demokrati förutsätter fri information, fri debatt och välinformerade kommunmedlemmar. Söderköpings kommun är en offentlig och politiskt styrd organisation som i huvudsak är till för alla som bor, verkar och gör besök i Söderköping.

Information och kommunikation är en grundförutsättning för våra kommunmedlemmars insyn, delaktighet och inkludering. Det är också viktiga förutsättningar för att de ska kunna ta till vara sina demokratiska rättigheter och skyldigheter samt vara medskapare i hur Söderköping utvecklas.

Syftet med riktlinjerna är att Söderköpings kommun ska ha ett enhetligt arbetssätt för kommunikation. Det enhetliga arbetssättet kring kommunikation ska bidra till att stärka kommunens varumärke och öka förtroendet för kommunen.

Riktlinjer för kommunikation vänder sig till all personal och är den gemensamma plattformen för vår kommunikation.



Bild: Mostphotos



*Du och jag är
ambassadörerna!*

VARUMÄRKET SÖDERKÖPINGS KOMMUN

I de dagliga relationerna mellan medarbetare, förtroendevalda, kommunmedlemmar, företagare, intressenter och samarbetspartners byggs varumärket Söderköpings kommun.

Alla medarbetare är kommunens ansikte utåt och representanter för verksamheten. Genom att vara öppna, tillgängliga, engagerade och ha fokus på gott bemötande lägger vi grunden för en bra service. Med god kunskap om kommunens verksamhet och mål blir vi goda ambassadörer och kan tillsammans bygga varumärket Söderköpings kommun.

Genom att alltid ha den övergripande visionen i sikte i allt vi gör och kommunicerar, behåller vi en röd tråd. Våra värdeord Helhet, Engagemang, Nyttänkande och Tydlighet ska därför genomsyra vad vi gör och säger.

HELHET
ENGAGEMANG
NYTÄNKANDE TYDLIGHET



Med visionen och vår identitet i sikte

En vision är en slags idealbild av verkligheten. Något att sträva efter som ger energi i vardagen. Vår vision och drivkraft är:

Livsglädje. Alla dagar.

Söderköpings kommun vill uppfattas som:

Attraktiv. Hållbar. Framåt. Nära

Använd kommunikationen på ett planerat och genomtänkt sätt så den blir ett hållbart och effektivt verktyg som leder oss mot vår vision och vår identitet.

Dialog och delaktighet i fokus

Kommunmedlemmar har rätt att få information om och vara delaktiga i Söderköpings kommuns planer och beslut. Alla medarbetare har en viktig uppgift att svara på medlemmarnas frågor, och en stor öppenhet ska finnas för synpunkter och dialog. Samarbeten med företag, föreningar, andra kommuner och myndigheter är också viktiga i vårt gemensamma kommunikationsarbete.

Krav på kommunikationen

Kommunens kommunikation ska vara trovärdig, tillgänglig och proaktiv. Det omfattar all typ av information och kommunikation som sker genom kommunens kanaler, eller som har kommunen som avsändare. Det handlar om kontakter och dialoger i olika forum som exempelvis möten, telefonsamtal, e-post, webbplatser, sociala medier, e-tjänst, annonser, pressmeddelande, massmediakontakter, trycksaker, medborgardialog och synpunktshantering.



Vår kommunikation är trovärdig genom att vara:

Korrekt - Vår kommunikation ska alltid vara rak, saklig och grundad på fakta.

Aktuell - Vår information ska alltid vara aktuell och uppdaterad.

Tydlig avsändare - Det ska tydligt framgå att det är Söderköpings kommun som är avsändare av kommunikationen. Kommunens grafiska profil och logotyp visar att kommunen står för budskapet. Vi anger alltid relevant information om avsändaren.

Vår kommunikation är tillgänglig genom att vara:

Öppen - Vår kommunikation är i alla sammanhang öppen och saklig. Vi ser värdet av dialog och välkomnar synpunkter och initiativ. Vi är medvetna om de krav som offentlighetsprincipen ställer på vår kommunikation.

Tydlig - Vi uttrycker oss på ett tydligt och begripligt sätt. Det viktigaste vi har att säga säger vi först, med ett språk anpassat efter målgruppen.

Enkel - Kommunen ser lättbegripligt språk som en förutsättning för dialog och demokrati och tillämpar klarspråk i alla sammanhang. Information ska vara tillgänglig och användbar för människor med funktionsnedsättning. Information från våra verksamheter ska upplevas enkel att hitta genom att utgå från mottagarens förutsättningar. Ett konsekvent användande av de externa och interna webbplatserna underlättar för våra målgrupper att hitta information om kommunens verksamhet.

Vår kommunikation är proaktiv genom att vara:

Målgruppsanpassad - Vår kommunikation ska så långt det är möjligt vara planerad, vilket innebär rätt budskap till rätt målgrupp vid rätt tillfälle och genom rätt kanal för att uppnå önskvärda effekter.

Relevant - Information som vi riktar till en specifik målgrupp ska vara relevant och meningsskapande, samt presenteras på det sätt som är bäst.

Snabb - Våra målgrupper, både interna och externa, förväntar sig att kommunen agerar snabbt och effektivt. Det finns god beredskap i våra verksamheter vid behov av snabb kommunikation.





INTERN KOMMUNIKATION

Syftet med god intern kommunikation är att alla medarbetare ska ha kunskap och förståelse för verksamheten, den egna rollen i arbetet, mål, strategier och resultat. Det ökar känslan av mening och delaktighet. God intern kommunikation skapar förutsättningar för god extern kommunikation.

Den interna kommunikationen ska:

- stödja det dagliga arbetet genom att ge den information som medarbetare och förtroendevalda behöver.
- bidra till att göra kommunen till en attraktiv arbetsgivare genom att skapa förutsättningar för helhetssyn, nytänkande, engagemang och tydlighet.

Kanaler för intern kommunikation som vi använder är bland annat:

- vårt intranät – Kanalen
- mejl
- telefon och
- personliga möten.

EXTERN KOMMUNIKATION

Den externa kommunikationen ska sprida kunskap om och väcka intresse för Söderköpings kommun. Vi öppnar upp för dialog med kommunmedlemmar, näringsliv, föreningar, myndigheter, besökare och media samt övriga intressenter. Den externa kommunikationen ska även marknadsföra kommunen gentemot framtida kommunmedlemmar, näringsidkare och nya medarbetare. En viktig kanal för extern kommunikation är kommunens medarbetare, som representanter för verksamheten.

Den externa kommunikationen ska:

- sprida kunskap om Söderköpings kommuns verksamhet, händelser och annat som den som bor, verkar och besöker kommunen behöver känna till.
- skapa förtroende för Söderköpings kommuns verksamhet, förtroendevalda och medarbetare.
- öka insyn, delaktighet och inflytande.
- uppmuntra till kommunikation och dialog kring kommunens verksamhet och politiska beslut.
- stärka Söderköpings kommuns varumärke genom att skapa intresse och förtroende för kommunens verksamhet.

Kanaler för extern information är bland annat:

- www.soderkoping.se
- sociala medier som Facebook, LinkedIn och Instagram
- Stinsen
- reception och växel
- mejl, telefon och brev
- övriga trycksaker
- personliga möten
- nätverk och
- mässor.

MEDIA

Media spelar en viktig roll i den kommunala demokratin, inte bara som förmedlare av information utan även som opinionsbildare och kritisk granskare av den kommunala verksamheten. Vi ska ha en god beredskap för att möta mediernas krav på snabb respons och rätt till insyn.

MEDIEKONTAKTER

Varje medarbetare har rätt att uttala sina personliga uppfattningar i massmedia. Det kallas meddelarfrihet. Meddelarfrihet gäller inte för vissa sekretessbelagda uppgifter som till exempel avser vårdtagares hälsotillstånd och annan personlig information.

I faktaberoende frågor förutsätts varje medarbetare företräda kommunen på ett sakligt sätt. Att företräda Söderköpings kommun i media ingår i alla chefsuppdrag. Som chef representerar du kommunen, det är viktigt att komma ihåg! Tänk på vilket språk du använder och hur du formulerar dig till media.

KRISKOMMUNIKATION

Vid en större kris aktiveras kommunens krisorganisation enligt krisplanen. Vid sidan om krisplanen finns också en kriskommunikationsplan som innehåller särskilda riktlinjer och instruktioner kring hur arbetet med kriskommunikation ska bedrivas och organiseras.

GRAFISK PROFIL

Den grafiska profilen är ett viktigt redskap i kommunikationsarbetet. Den ska göra det lätt för omvärlden att se vilka verksamheter som är kommunalt drivna och där kommunen är avsändare. Den grafiska profilen är styrande för hur allt informationsmaterial, både tryckt som digitalt, ska se ut. Den är ett hjälpmedel för kommunens medarbetare så att fokus kan läggas på vad man vill förmedla, inte hur det ska se ut.



SÖDERKÖPING.SE
Logotyp, stående



Det finns bland annat
tre anledningar att
kommunicera genom en
grafisk profil:

Identifikation

För att alla ska uppfatta att det är Söderköpings kommun som är avsändare måste vi uppträda på ett konsekvent sätt.

Trovärdighet

Att grafiskt kommunicera enhetligt ger ett professionellt och seriöst intryck som förstärker våra budskap på ett positivt sätt.

Kostnadseffektivt

Det tar tid och resurser att etablera en visuell identitet. Därför är det mest kostnadseffektivt för en kommun att endast ha en grafisk profil som efterlevs än att underhålla och använda ett antal olika.

SOCIALA MEDIER

Kommunikationen ska vara tydlig och överensstämma med kommunens grafiska profil.

Meddelande som kommer in till, eller lämnar, kommunen på sociala medier är allmänna handlingar.

Kommentarer, synpunkter och svar som kan antas strida mot gällande lagstiftning, direktiv och/eller riktlinjer ska avpubliceras eller raderas direkt. Både avpublicerat och raderat innehåll måste behandlas i enlighet med regler om allmänna handlingar.

Kommentarer får inte innehålla:

- förtal, personligt angrepp eller förolämpningar.
- hets mot folkgrupp, sexistiska yttranden eller andra trakasserier.
- olovliga våldsskildringar eller pornografi.
- uppmaningar till brott.
- olovligt bruk av upphovsrättsligt material.
- svordomar eller obscena ord.
- kommersiella budskap eller reklam.
- sekretessbelagda uppgifter.

Ansvar sociala medier

Kommunikatörerna har ansvar att svara på inlägg och frågor i de kanaler som ägs av kommunikationskontoret. Det förutsätter också att förvaltningarna kan ge kommunikatörerna svar på frågorna inom rimlig tid.

Läs mer i dokumenthanteringsplanen för kommunikationskontoret.



DEM ANSVARAR FÖR KOMMUNIKATIONEN?

Kommunfullmäktige

Fastställer och beslutar om kommunövergripande styrdokument för kommunikation.

Kommunstyrelsen

Leder och samordnar kommunikationsfrågorna i kommunen.

Nämnd/styrelse

Är ansvarig för den interna och externa kommunikationen inom sitt ansvar och att kommunikationspolicy och övriga styrdokument följs.

Kommunikatörer

Ansvarar för framtagande av förslag till strategier och styrning av extern och intern kommunikation. Tar fram policy, regler och riktlinjer rörande kommunikation och varumärke. Ger stöd till organisationen i kommunikations- och massmediefrågor. Ansvarar för kriskommunikation.



Politiska partier

Ansvarar för sin egen kommunikation och informationsspridning.

Chef

Har kommunikationsansvar för sitt verksamhetsområde, internt och externt.

Ansvarar för spridning och uppföljning samt att kommunikationen utförs i enlighet med denna policy och övriga styrdokument. Chef ansvarar för att verksamheten har de informationsproducenter som krävs, exempelvis redaktörer för intern och extern webb.

Medarbetare

Har eget ansvar att aktivt söka information och kommunicera med andra om sådant som är av betydelse för den egna uppgiften och verksamhetsområdet. Medarbetare som kommunicerar för verksamhet eller område ansvarar för att kommunikationen utförs i enlighet med denna policy och övriga styrdokument.





SÖDERKÖPING.SE

Söderköpings kommun, 614 80 Söderköping
www.soderkoping.se, 0121-181 00