



PLAN

Kommunikationsstrategi

Socialförvaltningen

Fastställt av socialnämnden
Framtagen och reviderad av socialförvaltningen
Datum 2017-09-20
Reviderad 2022-04-19
Ärendenr RS 20xx/xxxx
Version 2.0

1. Inledning	3
2. Kommunikationsmål	3
3. Värdegrund.....	3
4. Detta kännetecknar vår kommunikation	4
4.1 Planerad	4
4.2 Målgruppsanpassad	4
4.3 Öppen	4
4.4 Lyssnande.....	4
5. Ansvar och arbetsfördelning	5
5.1 Chefens ansvar.....	5
5.2 Medarbetarens ansvar.....	5
5.3 Kommunikatörens ansvar	5
5.4 Marknadsförarens ansvar	5
6. Budskap.....	5
7. Målgrupper	6
8. Kanaler	6
8.1 Interna kanaler.....	6
8.1.1 Intranät.....	7
8.1.2 Arbetsplatsträffar	7
8.1.3 Förvaltningens ledningsgrupp.....	7
8.1.5 Telefon.....	7
8.1.6 E-post	7
8.1.7 Chefsforum.....	7
8.2 Externa kanaler	7
8.2.1 Sociala medier	7
8.2.2 Gotland.se	7
8.2.3 Samarbetswebben.....	7
8.2.4 Telefon.....	8
8.2.5 E-post	8
8.2.6 Media	8
8.2.7 Annonser i tryckta medier	8
8.2.8 Trycksaker.....	8
8.2.9 Digitala skärmar.....	8
8.2.10 Informations- och dialogmöten.....	8
8.2.11 Muntlig information	8
9. Medierelationer	8
9.1 Talespersoner.....	9
10. Grafisk profil.....	9
11. Ekonomi.....	9
12. Reglerat i lagen	9
12.1 Offentlighetsprincipen.....	9
12.2 Tystnadsplikt Sekretess gäller inom socialtjänsten för uppgift om enskilds personliga förhållanden, om det inte står klart att uppgiften kan röjas utan att den enskilde eller någon närstående till denne lider men.....	9
12.2 Meddelarfrihet och meddelarskydd	9
12.3 Förvaltningslagen	10

12.4 Dataskyddsförordningen GDPR.....	10
12.5 Webbdirektivet (tillgänglighetsdirektivet).....	10

13. Kriskommunikation10

1. Inledning

Kommunikationsstrategin anger den grundsyn och de värderingar som kommunikationen ska präglas av. Här anges riktlinjer och ansvarsfördelning för socialförvaltningens kommunikation.

Syftet med all kommunikation är att den ska bidra till förvaltningens verksamhetsidé och skapa en öppenhet som främjar god kvalitet, utveckling och arbetstrivsel.

Socialförvaltningens kommunikationsarbete ska bidra till ökad kunskap om våra verksamheter och förståelse för hur skattepengarna används. Kommunikationsstrategin stödjer det gemensamma förhållningssätt som ska präglade vårt arbete och därmed också vårt bemötande av brukare, och varandra som kollegor.

Strategin bygger på Region Gotlands kommunikationspolicy.

2. Kommunikationsmål

Målen för den externa kommunikationen är att:

- Sprida en gemensam bild av förvaltningens verksamhetsområde
- Skapa engagemang för förvaltningens verksamhetsområde
- Bidra till ökat förtroende
- Ge kunskap och få acceptans om de beslut som fattas
- Skapa intresse för våra yrken och bidra på ett positivt sätt till kompetensutmaningen.

Målen för den interna kommunikationen är att:

- Skapa delaktighet, motivation och trivsel
- Skapa förutsättningar för medarbetarna att vara goda ambassadörer
- Ge överblick och helhetsbilder
- Ge medarbetarna den kunskap som krävs för att utföra sitt uppdrag
- Bidra till ökad stolthet
- Ge kunskap och få acceptans om de beslut som fattas

3. Värdegrund

All kommunikation vilar på regionens gemensamma värdegrund: delaktighet, förtroende och omtanke.

De verktyg vi ska använda oss av är öppenhet, tillgänglighet och dialog.

4. Detta kännetecknar vår kommunikation

Socialförvaltningens kommunikation ska vara:

- Planerad
- Målgruppsanpassad
- Öppen
- Lyssnande

4.1 Planerad

- Planerad och integrerad i beslutsprocessen
- Ha god framförhållning och beredskap för oväntade händelser
- Ges i rätt tid
- Samordnad

Förvaltningens kommunikation är ett strategiskt arbete för att nå fastställda mål. Den är också en förutsättning för att fattade beslut ska kunna genomföras.

Kommunikationsaspekten ska därför diskuteras och planeras i samband med annan verksamhetsplanering.

Kommunikationsplaner ska upprättas av ansvarig i samband med varje större händelser eller beslut.

Inför varje verksamhetsår upprättas en gemensam och förvaltningsövergripande aktivitetsplan. Den bygger på avdelningarnas och ledningsgruppens framtagna aktiviteter. Planen ska även innehålla ett fokusområde.

Nyanställda medarbetare och chefer ska få in introduktion kring kommunikation.

4.2 Målgruppsanpassad

- Kommunikationen vänder sig till rätt målgrupp
- Kommunikationen är anpassad till målgruppen vid val av budskap, informationskanal och språkbruk
- Informationen ska vara lätt att känna igen, avsändaren är tydlig och följer den grafiska profilen.
- Informationen är lättillgänglig och begriplig.

4.3 Öppen

- Saklig och ärlig
- Relevant
- Tillgänglig

4.4 Lyssnande

Att lyssna är ett sätt att kommunicera. Lyssnande ska ha en viktig plats i vår organisation.

5. Ansvar och arbetsfördelning

5.1 Chefens ansvar

Det ingår i chefskapet att ansvara för såväl den interna som den externa kommunikationen inom respektive verksamhetsområde.

Chefen har att förhålla sig till bland annat:

- Socialförvaltningens kommunikationsstrategi (detta dokument)
- Region Gotlands kommunikationspolicy
- Riktlinjer för Region Gotlands externa webbplats
- Riktlinjer för användning av sociala medier
- Region Gotlands grafiska profil

Varje år tar avdelningarna fram kommunikationsaktiveter till en gemensam och förvaltningsövergripande aktivitetsplan.

Vid större projekt och planerade förändringar i verksamheten ska en kommunikationsplan upprättas i samråd med förvaltningens kommunikatör.

Genom saklig information i rätt tid undviks ryktesspridning. Berörda medarbetare ska i möjligaste mån informeras före media.

5.2 Medarbetarens ansvar

Alla är vi i någon mening kommunikatörer och bidrar till att sprida bilden av den egna arbetsplatsen, inom och utanför organisationen. Det är varje medarbetares ansvar att hålla sig uppdaterad och ta del av den information som ges. Medarbetaren har ansvar för att aktivt bidra till ett bra kommunikativt arbetsklimat.

Medarbetaren ska också ha ett källkritiskt förhållningssätt till information utifrån. Gärna ställa sig frågan: Var kommer informationen ifrån? Kan jag lita på informationen?

5.3 Kommunikatörens ansvar

Kommunikatören sitter i förvaltningens ledningsgrupp och är ett strategiskt och operativt stöd till förvaltningsledningen. Till kommunikatörens arbetsuppgifter hör bland annat mediahantering, kommunikationsplanering, nyhetspublicering och sociala medier. Kommunikatören bistår socialnämnden med att kommunicera nämndens beslut och ingår i nätverk med regionens övriga kommunikatörer.

5.4 Marknadsförarens ansvar

Marknadsförarens fokus är att marknadsföra och attrahera personal till socialförvaltningens yrken. Marknadsföraren utgår från kompetensförsörjningsplanen. Till arbetsuppgifterna hör bland annat att skapa och genomföra rekryteringskampanjer och att ansvara för ett nätverk av ambassadörer för olika yrken.

6. Budskap

Socialförvaltningen bidrar till goda livsvillkor för människor som vistas

på Gotland. Vi har brukarna i centrum och skapar trygghet och förtroende genom delaktighet, valfrihet och inflytande.

Vi bidrar till:

- Goda livsvillkor
- Folkhälsa

Genom en rättssäker myndighetsutövning skapar vi:

- Trygghet
- Förtroende

7. Målgrupper

Interna målgrupper

- Medarbetare
- Politik och koncernledningen
- Fackliga förtroendevalda
- Företrädare, godemän och förvaltare
- Interna nätverk
- Övriga förvaltningar

Externa målgrupper

- Brukare
- Anhöriga
- Boende på Gotland
- Andra myndigheter, regioner och kommuner
- Externa nätverk
- Externa utförare och underleverantörer
- Föreningar
- Civilsamhället
- Universitet och utbildningsarrangörer
- Företagare, branschorganisationer
- Media

8. Kanaler

8.1 Interna kanaler

8.1.1 Intranät

På intranätet finns bland annat nyheter, medarbetargrupper, system och styrdokument. På våra förvaltningssidor publiceras nyheter för förvaltningens medarbetare. Avdelningarna ansvarar själva för sina gruppssidor och uppmuntras att i samråd med kommunikator publicera nyheter på förvaltningens övergripande sida.

8.1.2 Arbetsplatsträffar

Återkommande möten där medarbetare får del av den senaste informationen, beslut förankras och synpunkter tas till vara. Arbetsplatsträffarna är ett viktigt forum för att skapa samsyn och dialog.

8.1.3 Förvaltningens ledningsgrupp

Återkommande möten för förvaltningsledning och verksamhetsledning. Här tas förvaltningsövergripande beslut. Ledningsgruppsmötena är ett viktigt forum för att skapa samsyn och dialog över avdelningsgränserna. Information från ledningsgruppens möten finns på intranätet.

8.1.5 Telefon

En god tillgänglighet förutsätter en telefonkultur där vi utnyttjar de möjligheter som röstbrevlådor, vidarekoppling och hänvisningar erbjuder då vi själva inte kan svara i telefon.

Det är särskilt känsligt för socialförvaltningen att skicka sms till brukare.

8.1.6 E-post

Allmän praxis är att vi alla har en signatur enligt den grafiska profilen och att vi har ett vårdat och begripligt språk. Tänk på att många har ett stort inflöde av e-post och risken finns att viktig information försvinner om du skickar massmejl.

Information som innehåller känsliga personuppgifter ska skickas via säkra meddelanden.

8.1.7 Chefsforum

Mötesform för regionens samtliga chefer. Mötet arrangeras av koncernledningsgruppen.

8.2 Externa kanaler

8.2.1 Sociala medier

Förvaltningen är aktiv i regionsgemensamma konton på Facebook, Instagram, Youtube och LinkedIn. Vissa verksamheter har också egna konton i sociala medier. Riktlinjer för användning av sociala medier finns på intranätet.

8.2.2 Gotland.se

Gotland.se är regionens externa webbplats och används både för nyhetsförmedling och för att tillhandahålla information för brukare och medborgare som söker specifik information. Riktlinjer för publicering på gotland.se finns på intranätet. Avdelningarna ansvarar för att genom sidansvariga hålla informationen uppdaterad.

8.2.3 Samarbetswebben

Samarbetswebben är en delwebb på Gotland.se. Där kan vi lägga information till utförare, både egenregi och privata utförare. Det finns en prenumerationsfunktion på Samarbetswebben så att den som anmält sig för prenumeration får ett mejl när uppdateringar görs.

8.2.4 Telefon

En god tillgänglighet förutsätter en telefonkultur där vi utnyttjar de möjligheter som röstbrevlådor, vidarekoppling och hänvisningar erbjuder då vi själva inte kan svara i telefon.

Det är särskilt känsligt för socialförvaltningen att skicka sms till brukare.

8.2.5 E-post

Allmän praxis är att vi alla har en signatur enligt den grafiska profilen och att vi har ett vårdat och begripligt språk. Tänk på att många har ett stort inflöde av e-post och risken finns att viktig information försvinner om du skickar massmejl.

Information som innehåller känsliga personuppgifter ska skickas via säkra meddelanden.

8.2.6 Media

Media är en viktig kanal för att nå ut med information till allmänheten. Mediarelationerna är proaktiva, öppna och ärliga. Pressmeddelande eller pressinbjudan ska formuleras och distribueras av förvaltningens kommunikatör enligt gällande rutiner.

Vid pressfrågor; rådfråga förvaltningens kommunikatör.

8.2.7 Annonser i tryckta medier

Annonsering i tryckta medier är i regel ett ganska kostsamt sätt att kommunicera. Vi använder i huvudsak regionens samannonsering på samannons@gotland.se

Vid annonsering; rådfråga förvaltningens kommunikatör.

8.2.8 Trycksaker

Vid framtagande av trycksaker ska vi alltid följa den grafiska profilen för Region Gotland. Ta hjälp av professionella producenter. De kan hjälpa dig med både text, form, foto och tryck vilket är viktigt när man skapar en beständig produkt som ska spridas. Tips: kolla först med kollegor och andra avdelningar/enheter om det redan finns framtaget material. Börja alltid med att rådfråga förvaltningens kommunikatör.

8.2.9 Digitala skärmar

Regionen förfogar över ett antal digitala skärmar som vi kan använda för att få ut våra budskap. Akutmottagningen, receptionen på IFO, Korpens huvudentré, Wisbygymnasiet, Almedalsbiblioteket, badhusen och ICA Maxi arena är några exempel. Kontakta förvaltningens kommunikatör för mer information.

8.2.10 Informations- och dialogmöten

Arrangeras för frågor som berör allmänheten och andra intressenter då man vill uppnå fördjupad kunskap och engagemang.

8.2.11 Muntlig information

Att öka möjligheten till dialog med våra målgrupper är en viktig kommunikationsuppgift. Möten, konferenser, föredrag, studiebesök är exempel på effektiva sätt att sprida information.

9. Mediarelationer

Massmedia påverkar i mycket hög grad allmänhetens uppfattning om socialförvaltningen. Våra kontakter med media ska präglas av förtroende, öppenhet och transparens.

Pressmeddelanden eller pressinbjudningar ska formuleras och distribueras av förvaltningens kommunikator enligt gällande rutiner.

Vid pressfrågor; rådfråga förvaltningens kommunikator.

9.1 Talespersoner

Meddelarfrihet och meddelarskydd gäller i all offentlig verksamhet. Se mer under punkt 12.2.

När förvaltningen som organisation väljer talesperson bör den politiker, chef eller sakkunnig som har mest insyn i verksamheten vara den som uttalar sig enligt följande ansvarsfördelning:

Politiska frågor: nämndens ordförande.

Förvaltningsövergripande frågor: förvaltningsdirektör.

Specifika sakfrågor eller verksamhetsfrågor: den chef som är ansvarig för den verksamhet det gäller, alternativt en sakkunnig som chefen hänvisar till.

Förvaltningens kommunikator kontakts för att diskutera hur ärendet ska hanteras.

10. Grafisk profil

Det ska alltid framgå att det är regionen som står bakom en verksamhet, en digital kommunikation eller en trycksak. Den grafiska manualen ska därför alltid följas.

Verksamheter, projekt eller initiativ får inte presenteras utan regionens logotyp. Detta gäller för korrespondens, annonser, trycksaker och digital kommunikation. Förvaltningens verksamheter får inte profilera sig grafiskt så att den regiongemensamma avsändaren blir otydlig. Läs mer på intranätet.

11. Ekonomi

Alla kommunikationsinsatser inom förvaltningen finansieras inom givna ekonomiska ramar.

12. Reglerat i lagen

12.1 Offentlighetsprincipen

Offentlighetsprincipen innebär att alla handlingar som kommit in till, eller upprättats av, myndigheten är allmänna och offentliga med undantag för handlingar som faller under sekretesslagen.

12.2 Tystnadsplikt

Sekretess gäller inom socialtjänsten för uppgift om enskilda personliga förhållanden, om det inte står klart att uppgiften kan röjas utan att den enskilde eller någon närstående till denne lider men.

12.2 Meddelarfrihet och meddelarskydd

Meddelarfrihet innebär att alla anställda inom offentlig verksamhet, utan risk för påföljder, kan lämna uppgifter till media för publicering.

Meddelarskydd innebär att en myndighet inte får undersöka vem som lämnat ut information till media eller undersöka vem som frågar efter offentliga uppgifter.

12.3 Förvaltningslagen

Serviceskyldigheten inom förvaltningslagen anger att vi är skyldiga att ge allmänheten god service vilket bland annat innebär att ge information om hur kommunen styrs och vilka möjligheter som finns att påverka före beslut. Vi ska också upplysa om rättigheter och skyldigheter, om vart man kan vända sig i olika frågor samt vem som ansvarar för vad.

12.4 Dataskyddsförordningen GDPR

Alla verksamheter som hanterar personuppgifter måste följa dataskyddsförordningen. När vi i kommunikations- och marknadsföringssyfte använder bilder, ljud eller text som innehåller personuppgifter behöver personer som medverkar skriva ett modellkontrakt med regionen. Socialförvaltningen har tagit fram en särskild rutin för detta. Läs mer på intranätet.

12.5 Webbdirektivet (tillgänglighetsdirektivet)

Webbdirektivet är ett EU-direktiv med syftet att öka webbplatserns tillgänglighet. Sverige har även antagit DOS-lagen, Lagen om tillgänglighet till digital offentlig service i Sverige.

13. Kriskommunikation

Vid en kris eller allvarlig händelse är kommunikation viktig. I vissa lägen kan den interna och externa kommunikationen försvåras, till exempel vid strömavbrott.

Region Gotland har en kriskommunikationsplan och kommunikatören ingår i regionens krisorganisation. Förvaltningsledningen har en särskild plan vid allvarliga händelser. Även där finns kommunikation med.