



PLAN

Kommunikationsstrategi

Socialförvaltningen

Fastställt av socialnämnden
Framtagen av socialförvaltningen
Datum 2017-09-20
Gäller från 2017-09-20
Ärendenr SON 2017/153
Version [1.0]

1. Inledning	3
2. Kommunikationsmål.....	3
Målen för den interna kommunikationen är att:	3
3. Värdegrund	3
4. Detta kännetecknar vår kommunikation.....	3
4.1 Planerad	4
4.2 Målgruppsanpassad	4
4.3 Öppen	4
5. Ansvar och arbetsfördelning	5
5.1 Chefens ansvar.....	5
5.2 Medarbetarens ansvar.....	5
6. Budskap	5
7. Målgrupper	5
8. Uppföljning	6
9. Kanaler	6
9.1 Interna kanaler	6
9.1.1 Intranät.....	6
9.1.2 Arbetsplatsträffar/samverkan	6
9.1.3 Förvaltningens ledningsgrupp.....	6
9.1.5 Telefon.....	7
9.1.6 E-post	7
9.1.7 Chefsforum.....	7
9.2 Externa kanaler	7
9.2.1 Sociala medier	7
9.2.2 gotland.se	7
9.2.3 Telefon.....	7
9.2.4 Media.....	7
9.2.5 Annonser i tryckta medier	8
9.2.6 E-post	8
9.2.7 Trycksaker	8
9.2.8 Digitala skyltar	8
9.2.9 Informations- och dialogmöten	8
9.2.10 Muntlig information	8
9.2.11 Brukarparmar.....	8
9.1.12 Publika receptioner	8
10. Medierelationer.....	8
10.1 Talespersoner	8
11. Grafisk profil.....	9
12. Ekonomi.....	9
13. Reglerat i lagen	9
13.1 Offentlighetsprincipen.....	9
13.2 Meddelarskydd.....	9
13.3 Förvaltningslagen	9
Mer information hittar du på:.....	9

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 arbetstrivsel, effektivitet och utveckling.

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 våra 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 acceptans om de beslut som fattas

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 ta egna beslut
- Bidra till ökad stolthet

3. Värdegrund

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

- Vi är lyhörda och samarbetar
- Vi visar respekt och skapar tillit
- Vi är engagerade och visar empati

4. Detta kännetecknar vår kommunikation

Socialförvaltningens kommunikation ska vara:

- Planerad
- Målgruppsanpassad
- Öppen

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. Informationsaspekten 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.

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

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. Cheferna har också ansvar för att intentionerna i den koncernövergripande kommunikationspolicyn efterlevs samt att verksamheterna följer den grafiska profilen och riktlinjerna för webb- och sociala medier.

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.

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

Genom en rättssäker myndighetsutövning skapar vi:

- Trygghet
- Förtroende

7. Målgrupper

Interna målgrupper

- Medarbetare
- Politik och koncernledningen
- Fackliga förtroendevalda
- Privata utförare
- Företrädare, godemän och förvaltare
- Stöd funktioner
- Interna nätverk
- Övriga förvaltningar

Externa målgrupper

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

8. Uppföljning

Uppföljning av förvaltningens kommunikationsinsatser sker löpande, bland annat genom daglig mediebevakning. Mediebevakningen presenteras för samtliga chefer en gång per vecka. Förvaltningsledningen och socialnämnden får en gång per termin en sammanfattande rapport och analys av mediebilden samt en återslagrapportering av de proaktiva kommunikationsinsatser som genomförts. Mätningar görs också på effekten av förvaltningens kommunikationsinsatser i sociala medier. I de kommunikationsplaner som upprättas ska kommunikationsmål anges och följas upp av ansvarig tjänsteperson.

9. Kanaler

9.1 Interna kanaler

9.1.1 Intranät

Här finns bland annat system, styrdokument och handböcker. På våra förvaltningssidor publiceras nyheter för förvaltningens medarbetare.

9.1.2 Arbetsplatsträffar/samverkan

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. För mer information om hur arbetsplatsträffar ska utformas hänvisas till personalhandboken på intranätet.

9.1.3 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.

9.1.5 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.

Här hittar du bland annat information om hur man hänvisar sin telefon:

<https://zero.comaround.com/sv-se/>

Här hittar du regionens riktlinjer för telefoni: <http://insidan.gotland.se/38475>

9.1.6 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. Mall för e-postsignatur och hur du går tillväga finns på www.gotland.se/grafiskprofil

9.1.7 Chefsforum

Mötesform för regionens samtliga chefer. Mötet arrangeras av koncernledningsgruppen.

9.2 Externa kanaler

9.2.1 Sociala medier

Förvaltningen är aktiv på den regionsgemensamma Facebooksidan samt på regionens Instagramkonto, vissa verksamheter har också egna sidor i sociala medier. Riktlinjer för sociala medier finns på <http://insidan.gotland.se/sofkommunikation>

9.2.2 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 genom sidansvariga hålla informationen uppdaterad på gotland.se
Mer information finns på <http://insidan.gotland.se/sofkommunikation>

9.2.3 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.

Här hittar du bland annat information om hur man hänvisar sin telefon:

<https://zero.comaround.com/sv-se/>

Här hittar du regionens riktlinjer för telefoni: <http://insidan.gotland.se/38475>

9.2.4 Media

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

Vid pressfrågor; rådfråga förvaltningens kommunikatör.

Tips och råd: <http://insidan.gotland.se/sofkommunikation>

9.2.5 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.

9.2.6 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. Mall för e-postsignatur och hur du går tillväga finns på: www.gotland.se/grafiskprofil

9.2.7 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.

9.2.8 Digitala skyltar

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

9.2.9 Informations- och dialogmöten

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

9.2.10 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.

9.2.11 Brukarpärmar

Finns i flera av våra verksamheter och är ett enkelt sätt att sprida information till anhängare.

9.1.12 Publika receptioner

Våra publika receptioner lämpar sig väl för exempelvis affischering.
Här hittar du regionens affischmall <http://www.gotland.se/55052>

10. Medierelationer

Massmedia påverkar i mycket hög grad allmänhetens uppfattning om socialförvaltningen. Våra kontakter med media ska förtroendeskapande och syfta till att öka intresset och kunskapen om våra verksamheter. Pressmeddelanden eller pressinbjudningar ska formuleras och distribueras av förvaltningens kommunikatör enligt gällande rutiner. Vid pressfrågor; rådfråga förvaltningens kommunikatör.

10.1 Talespersoner

Meddelarfrihet och efterforskningsskydd gäller i all kommunalt finansierad verksamhet. 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 kontaktas för att diskutera hur ärendet ska hanteras.

11. Grafisk profil

Det ska alltid framgå att det är regionen som står bakom en verksamhet eller en trycksak. Den grafiska manualen ska därför alltid följas. Kommunala 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 kommunala avsändaren blir otydlig. Läs mer på www.gotland.se/grafiskprofil

12. Ekonomi

Alla kommunikationsinsatser inom förvaltningen finansieras inom givna ekonomiska ramar.

13. Reglerat i lagen

13.1 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.

13.2 Meddelarskydd

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

13.3 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.

Mer information hittar du på:

<http://insidan.gotland.se/sofkommunikation>

