



Kommunikationsstrategisk handlingsplan med riktlinjer för Danderyds kommun

1. INLEDNING

Som stöd till kommunikationsstrategin för Danderyds kommun finns denna handlingsplan med konkreta riktlinjer och tillämpningar i syfte att ge praktisk stöd och vägledning i strategiskt prioriterade kanaler, åtgärdsaktiviteter samt definiera utvecklingsbehov.

2. KOMMUNIKATION SOM BEGREPP

Informationsarbetet bygger allt oftare på dialog mellan två eller flera parter, det vill säga kommunikation. Traditionellt kallas området information men båda begreppen används mer eller mindre synonymt.

Den interna informationen mellan medarbetare används för att kommunicera arbete, kunskap och nyheter. Den ger överblick och ska i huvudsak skapa klarhet om mål, specifika uppdrag etc. men även bidra till delaktighet, motivation och stolthet över att arbeta i Danderyds kommun.

Den externa informationen riktar sig till danderydsbor, besökare, media och lokalt näringsliv för att kommunicera kommunens verksamhet, planer och beslut. Detta sker via personliga kontakter, möten, webb, trycksaker och annonser. Informationen ska sprida kunskap och positiva attityder om kommunens verksamheter och dess varumärke samt i vissa delar även utföras i dialogform med mottagarna. En del information är kommunen även skyldig enligt lag att lämna ut.

3. HANDLINGSPLAN MED RIKTLINJER

Kommunikationsstrategin är ett styrdokument för Danderyds kommun, dess organisation och medarbetare. I strategin hänvisas till denna kommunstrategiska handlingsplan som bilaga. Här ges konkreta riktlinjer och tillämpningar i syfte att ge praktisk stöd och vägledning i strategiskt prioriterade kanaler och åtgärdsaktiviteter. Vidare definieras några utvecklingsbehov för att möta ökade krav på bättre och snabbare interaktiva kommunikationskanaler och service.



4. ANSVARSFÖRDELNING - specifika roller och funktioner

Förutom det generella kommunikationsansvaret för samtliga medarbetare så finns även en del utökat ansvar inom vissa roller och funktioner.

Kommunstyrelsen ansvarar för den övergripande kommunikationen, att förmedla information, skapa dialog och marknadsföring. Detta sker med stöd av kommunledningskontoret som både har det strategiska uppdraget att utveckla kommunikationen samt en operativ roll i att stödja förvaltningarna i detta arbete.

Varje nämnd och förvaltningsledning har ansvar för att kommunicera inom sitt verksamhetsområde. Respektive förvaltning ansvarar för att själv gå ut med information om sin verksamhet. Information av större betydelse ska delges kommunledningskontoret och dess tillhörande kommunikationsavdelning för strategisk planering av kommunikationen om när, var och hur kommunikationen ska ske och i vilka kommunikationskanaler.

Kommunikationschefen är primär kontaktperson gentemot massmedia. Denne ansvarar också, tillsammans med övriga medarbetare på kommunikationsavdelningen, för att:

- planera och samordna övergripande intern och extern kommunikation
- ta fram strategier och riktlinjer för övergripande kommunikation
- ge råd och stöd i kommunikations- och massmediefrågor
- bevaka att kommunikationsaspekter beaktas i kommunens verksamhet
- bevaka att kommunens profil förmedlas på ett korrekt sätt.

Chefer och verksamhetsansvariga har till uppgift att:

- intern och extern kommunikation fungerar i den egna verksamheten
- kommunikationen används som strategiskt stöd för att nå verksamhetsmål
- ge medarbetarna information om mål, strategier, organisation och ekonomi för såväl den egna verksamheten som kommunen i helhet
- kunna besvara frågor från massmedia gällande det egna ansvarsområdet
- ge medarbetarna information före eller samtidigt som massmedia om viktiga beslut och händelser

Varje medarbetare har ett ansvar att på eget initiativ söka och ta del av information samt att kommunicera med kommuninvånare, kunder, närmaste chef, kollegor och övriga.

5. PRIORITERADE KOMMUNIKATIONSINSATSER

Huvudkanal för att forma den gemensamma kulturen är den muntliga dialogen vid personliga möten. Nedan följer kommunens övriga prioriterade interna och externa kommunikationskanaler vilka väljs utifrån kommunikationens innehåll. Kommunens strategi med prioriterade kommunikationskanaler och insatser har främst tre syften:



- Verka för en enhetlig och tydlig kommunikation av verksamheterna
- Inkommen förfrågan ska i möjligaste mån besvaras inom 24 timmar eller så snart berörd kommunverksamhet kan.
- Bättre samordning för ökad kundnytta och kostnadseffektivitet

En generell grundregel är att information inte ska vidarebefordras slentrianmässigt utan först sällas, sorteras och förädlas till aktuell målgrupp. Använd gärna bifogad mall för kommunikationsplan som stöd inför olika större insatser samt för uppföljning och utvärdering. I förlängningen är ambitionen att kanalstrategin även ökar utrymmet för kommunens medarbetare att fokusera än mer på värdeskapande aktiviteter.

5.1. Extern kommunikation

Målgrupper

De viktigaste målgrupperna för vår externa information är

- Allmänheten – invånare, blivande invånare, besökare
- Organisationer, föreningar och myndigheter
- Näringsliv
- Massmedia

5.1.1. Dialog med kommuninvånarna – i nya former

Invånare i Danderyd ställer höga krav på inflytande och insyn. Intressegrupper får allt mer inflytande, nya medier förstärker trenden och politikerna vill uppnå en konstruktiv dialog med medborgarna. Danderyd liksom många kommuner söker därför efter nya former för samråd som involverar fler och ger ökat djup. Det handlar om service och trygghet, och ytterst om demokrati. För att uppnå bättre service, intresse och förståelse för den kommunala verksamheten så planeras år 2011 en vidareutveckling av dialogen på webben genom bland annat ett allmänt debattforum. På kommunens servicecenter Information Danderyd erbjuds även möjlighet till utökad muntlig dialog med politiker och tjänstemän.

5.1.2. Webbkommunikation

Kommunledningskontorets kommunikationsavdelning har det övergripande ansvaret att vidareutveckla och förvalta kommunens interna och externa webb.

Varje nämnd/förvaltning tilldelas delegation att hantera sin specifika information internt och externt. Myndighetsförvaltningarna ansvarar för att hänsyn tas till de privata utförarna. Privata alternativ ska presenteras kortfattat och med länkar till deras egna hemsidor. Privata enheter ska inte ha sina egna hemsidor på kommunens webbplatsform.

Nyhetsnotiser på startsidan på kommunens hemsida ska ha ett allmänintresse för en större krets av målgrupper och alla verksamheter ska medverka med innehåll när sådant finns. Kommunikationsavdelningen lägger ut noti-



serna och avgör vad som ska publiceras. Övriga nyhetsnotiser läggs på respektive verksamhets specifika sidor.

5.1.3. Information Danderyd - Kommunens servicecenter

Servicecentret har till syfte att ge kommunmedborgarna en förbättrad information och service. Hit kan danderydsborna vända sig för att få snabb och lättillgänglig information, vägledning, lämna synpunkter och förslag samt utföra en del kommunala ärenden. Vidare kan de ta del av nämndärenden utställningar, informationsmaterial. Här finns även möjligheter för kommunens tjänstemän och politiker att ha öppet hus för dialog med Danderydsbor i specifika frågor. En del föreningar och myndigheter med verksamhet av intresse för en bredare allmänhet, ges även möjlighet att här bidra med informationsmaterial och utställningar. Sedan 2011 har Information Danderyd en utökad kundtjänst för allehanda råd och enklare ärendehantering tillhörande tekniska kontoret och miljö- och stadsbyggnadskontoret.

5.1.4. DanderydsAktuellt

Danderydsaktuellt innehåller kort redaktionellt material om kommunal verksamhet och från de privata enheter, som finansieras med skattemedel och som driver verksamhet i Danderyd. Vidare ingår information om kommunnyheter, beslut i kommunfullmäktige och kommunstyrelsen, övriga nämnder och styrelser om planer och beslut, budget, bokslut samt ett begränsat kalendarium för kultur och evenemang. I mån av plats ges även det lokala föreningslivet möjlighet att annonsera.

Riktlinjerna gällande mer omfattande tidningsmaterial från t.ex. skolor, förskolor och förvaltningar är att de kan beställas och debiteras till självkostnadspris för tryckning, distribution och arbete enligt kommunledningskontorets fastställda prislista.

5.1.5. Massmedia

Medierna spelar som förmedlare av information och opinionsbildare en viktig demokratisk roll. Kommunstyrelsen har ett övergripande samordningsansvar för kontakter med massmedia. Nämnder och verksamhetsansvariga har det huvudsakliga operativa ansvaret för kontakten med media i frågor som rör specifikt egna verksamheten. I kontakter med massmedia, där större principiella frågeställningar kommer upp, ska verksamheter och deras anställda kontakta kommunikationschefen för samråd och strategiskt ställningstagande av insats och dess budskap.

Pressmaterial och mediekontakter anpassas till olika medier med hänsyn till budskap och målgrupp. Kommunledningskontorets kommunikationsavdelning ansvarar för alla breda massmediekontakter och pressmeddelanden med kommunen som avsändare och kan även bistå vid utskick från kommunalråd eller nämndordförande.



5.1.6. Övriga betydande kanaler vid extern kommunikation

- Kommunens medarbetare och det muntliga samtalet
- Trycksaker – broschyrer – annonser
- Möten
- E-post och telefon
- Sociala medier

5.2. Intern kommunikation

Målgrupper

De viktigaste målgrupperna för den interna kommunikationen är

- Anställda
- Förtroendevalda
- Drifts-entreprenörer i vissa fall

5.2.1. Intranät

Liksom externa webben är intranätet i behov av förnyelse och samordning. Idag finns det flera olika integrerade intranät inom kommunen vilket i högsta grad försvårar en enhetlig intern kommunikation. Skola och förskola använder främst SchoolSoft som intranät medan övrig verksamhet är kopplad till det centrala intranätet. Det centrala intranätet fungerar idag som en källa till information för anställda inom olika områden med arbetsstödande funktioner. Några exempel är personalhandbok, rutiner och blanketter inom ekonomiområdet, information om organisationen, ingång till olika interna system som lönesystem etc.

Intranätet behöver utvecklas både vad gäller teknisk webbplattform, täckningsgrad, funktion och form för att uppfylla allt starkare krav på samverkan, aktualitet, interaktivitet och kommunsamordnad information.

5.2.2. Personaltidningen Hallå

Den interna personaltidningen utvecklades 2012 men dess uppgift att kommunicera om vad som händer i kommunens verksamheter, presentation av nyanställda, sprida värderingar, riktlinjer samt stärka vi-känslan sker nu istället främst via intranätet.

5.2.3. Övriga betydande kanaler vid intern kommunikation

- Medarbetare
- Möten, arbetsplatsträffar
- E-post och telefon
- Danderydsaktuellt
- Annan tryckt information



6. PRIORITERADE UTVECKLINGSOMRÅDEN

6.1. Bättre webbkommunikation

Kommunmedborgarna är allt mer kunniga i att kommunicera via webb och i sociala medier. Idag förväntas en kommun kunna erbjuda tekniskt utvecklade interaktiva kanaler för dialog med kommuninvånarna. Danderyds kommuns nuvarande webblösningar är allt för omoderna och ineffektiva. Behovet av en ny kommunövergripande webbplattform med förbättrat publiceringsverktyg är därför akut för att kunna möta upp danderydsbornas ökade servicekrav samt våra verksamheters behov av effektivare kommunikation.

6.1.1 Ny webbplattform, hemsida och intranät

En förstudie inleddes maj 2011 för ny hemsida och webbplattform. Förstudien gav en långsiktig handlingsplan för kommunens externa hemsida och intranät. Under 2012 genomfördes ny webbplattform i EpiServer och Danderydswebben danderyd.se relansades december 2012. Under 2013 inleds arbetet med en förstudie för nytt kommungemensamt intranät.

6.2. Ökad medborgarservice via Information Danderyd

Danderydsbornas kommungemensamma mötesplats och servicecenter, Information Danderyd, vidareutvecklar medborgarservicen kontinuerligt. Mer service, fler enkla och snabba ärendehanteringar samt insatser för ökade möjligheter till medborgardialog med tjänstemän och politiker vidareutvecklas kontinuerligt.

7. ANSVARSFÖRDELNING

Denna handlingsplan med riktlinjer följs upp vartannat år så att dokumentets innehåll är ständigt relevant och att angivna strategier stödjer kommunens uppsatta mål. Uppföljningen utförs av kommunledningskontorets kommunikationsavdelning och förankras i kommunstyrelsens arbetsutskott.



8. MALL TILL KOMMUNIKATIONSPLAN

Här följer en mall för kommunikationsplan vilken kan användas som stöd vid allehanda kommunikationsinsatser i kommunen.

Kommunikationsplan

Projektnamn:

Avdelning/sektion:

Versionsnr:

Upprättad av:

Datum:

Uppdaterad (datum och versionsnr):

1. Bakgrund och syfte

(I steg 1 beskrivs bakgrund och syfte med kommunikationsplanen. Vilket/vilka verksamhetsmål ska kommunikationen stötta? Vilka avgränsningar ska göras?)

2. Analys av nuläget

(I steg 2 beskrivs och analyseras nuläget. Viktiga frågor att ställa: Var står vi i dag? Vad är problemet? Är detta ett kommunikationsproblem? Vad vill vi åstadkomma? Vad får vi göra? Vad kan vi göra? Vad kan vi göra just nu? Vilken roll har kommunikationen?)

3. Målgrupper

(I steg 3 lägger man fast vilka målgrupper som omfattas av kommunikationsplanen. Vilka är målgrupperna? Hur tar vi reda på deras behov och attityd i de aktuella frågorna? Prioriterade målgrupper?)

a. Externa:

b. Interna:

4. Kommunikationsmål

(I steg 4 slår man fast vilka kommunikationsmål man har för respektive målgrupp. Typiska kommunikationsmål är vad man vill att målgruppen ska göra, veta, kunna, tycka eller känna. Målen kan vara både kvalitativa och kvantitativa mål och ska vara mätbara.)

a. Externa:

b. Interna:



5. Hot, möjligheter, styrkor och svagheter

(I steg 5 analyseras kommunikationsplanens styrkor, svagheter, möjligheter och hot samt varför.)

Hot:

Möjligheter:

Styrkor:

Svagheter:

6. Kommunikationsstrategier

(I steg 6 gör man sina vägval. Vilka strategier ska vi välja för att nå kommunikationsmålen? Hur ska vi göra för att lyckas med kommunikationen? Exempel på strategival: Ska vi arbeta kortsiktigt eller långsiktigt? Ska vi välja envägs- eller tvåvägskommunikation?)

7. Budskap och kanaler

(I steg 7 formuleras budskap och kommunikationskanaler utifrån de målgrupper och kommunikationsmål som valts ut. Vad vill vi säga? Vad är budskapet/vad ska vi säga för att nå kommunikationsmålen? Hur ska vi kommunicera? Vilka kanaler är mest effektiva? Vilka aktörer och talesmän når bäst fram till målgrupperna?)

8. Aktivitetsplan/Kommunikationsmål, budskap och aktiviteter per målgrupp

(I steg 8 ställs kommunikationsplanen upp i tabellform. Tabellen ger en överblick av mål, budskap och aktiviteter per målgrupp. Vad ska vi göra? Vilka aktiviteter lämpar sig bäst för de mål, strategier och budskap vi har valt? Exempel: Seminarium, broschyr, möte eller webb? Vem ska göra vad? När ska det göras? Vilken status har aktiviteten? T.ex. Ej startat, Pågående, Genomfört.)

Målgrupp	Kom.mål	Budskap	Kanal	Aktivitet	Tid	Ansvarig	Status

9. Mätning och utvärdering

(I steg 9 beskrivs hur man tänker utvärdera de genomförda aktiviteterna. Utvärderingen är viktig för att se om man nått önskad effekt av kommunikationen. Viktiga frågor att ställa sig är: När vi våra mål? Vilka effekter gav insatsen? Vad kan vi lära/förbättra till nästa gång?)
