Fjord kommune

Kommunikasjonsstrategi

1. Føremål

Vi ønskjer å sikre ein heilskapleg, tydleg og effektiv kommunikasjon frå kommunen som

- klargjer kommunen si rolle og tenester (kommunal informasjon)
- styrker Fjord-samfunnet sin identitet, attraktivitet og samarbeid (samfunnsinformasjon)
- styrker kommunen sin visjon: «Gode vekstvilkår» og hovudmåla i samfunnsdelen
- kommuniserer visjon og verdiar gjennom kjernebodskapen:
  «Fjord – tett på det som betyr noko»

2. Målgrupper

- Tilsette
- Folkevalde
- Innbyggjarar
- Næringsliv
- Frivillige organisasjonar
- Media
- Besøkande
- Potensielle tilflyttarar

Intern kommunikasjon skal ha høg prioritet og er ein føresetnad for god ekstern kommunikasjon. Kommunen står føre store omstillingar, kutt i rammer og tenesteprioritering, noko som krev bevisst kommunikasjon.

Fjord har behov for ein tydleg kommunikasjon for målretta profilering av kvalitetane våre og styrking av kommunen sin visjon «Gode vekstvilkår». Dette har etter ein prosess med innleigd kompetanse munna ut i kjernebodskapen «Tett på det som betyr noko». Kjernebodskapen skal brukast til merkevarebygging for heile Fjord-samfunnet, og bidra til positiv omdømebygging.

3. Målsetting

Retningsgivar for strategien er kommuneplanen sin samfunnsdel.

3.1 Intern målsetting

- Legge best mogleg til rette for god intern informasjonsflyt og bidra til eigarskap i kommunale prosessar, kunnskapsdeling og meir motiverte tilsette.

- Vere bevisste på rolla vår som tenesteytar og samfunnsutviklar med utgangspunkt i kjerneverdiane våre – livskraftig, skapande, nær, raus og berekraftig.
- Bruke kommunikasjon som leiarverktøy ute i einingane. Sikre at tilsette får rett informasjon til rett tid, og at bodskapen vi formidlar er i tråd med overordna føringar.

3.2 Ekstern målsetting

- Legge til rette for auka digitalisering av tenester og sjølvbeteningsløysingar.
- Auke tilliten til kommunen gjennom open og korrekt informasjon.
- Gi god informasjon om ulike tenester og innhaldet i desse.
- Skape stoltheit og engasjement i lokalsamfunnet.
- Gjere informasjon lett tilgjengeleg, relevant og målretta.
- Styrke kommunen sitt omdøme og synlegheit – både intern og eksternt.
- Avklare og formidle tydelege forventningar om tilgjengelegheit for tilsette.

4. Bodskapsplattform

Kommunikasjonen skal vere

- tydleg – bruke klart språk, unngå fagterminologi der det ikkje er naudsynt
- truverdig – faktaorientert og gjennomsiktig
- tilgjengeleg – tilpassa ulike målgrupper og kanalar
- tosidig – open for dialog, tilbakemeldingar og samarbeid

5. Nettsidene – roller og samanheng

Nettside	Rolle	Innhald	Målgruppe	Ansvar
Fjord.kommune.no	Offisiell informasjonskanal	Tenester, politikk, vedtak, kunngjeringar, kontaktinformasjon, beredskap – nøytral informasjon	Innbyggjarar, tilsette, media	Kommunen
OpplevFjord.no	Profilering og samfunnsutvikling	Næringsliv, prosjekt, historier, kultur, opplevingar – varme fargar, engasjerande	Næringsliv, tilflyttarar, besøkande, innbyggjarar	Samarbeid mellom kommune, næringsliv og andre

Tiltak

- Skape eit felles visuelt uttrykk eller lenkestruktur mellom nettsidene.
- Samordne innhald når tema er overlappande, til dømes samfunnsutvikling, berekraft og lokalt næringsliv.
- Lage klare retningslinjer for kva som skal publiserast på kva nettside.

6. Kanalar og tiltak

- Nettsidene – hovudkanalar for ulik type informasjon
- Sosiale media – deling av nyheiter, arrangement og historier
- Presse – aktiv mediehandtering ved nyheiter og hendingar
- Dialogmøte og arrangement – direkte kontakt med innbyggjarar og samarbeidspartnarar

7. Intern forankring og ansvar

- Utarbeide redaksjonell plan for begge nettsidene med tydlege roller.
- Lære opp tilsette og samarbeidspartnarar i språk, form og bodskap.
- Gjere kommunikasjonsarbeidet tydleg i budsjett og sette av interne ressursar.

8. Strategiske grep - slik gjer vi det

8.1 Synleggjere Fjord som ein god kommune å bu og arbeide i

- Gi god informasjon om kommunale tenester, innbyggjarane sine rettar og politiske vedtak.
- Fortelje dei gode historiene om Fjord kommune, og korleis det er å bu her.
- Vise fram ein allsidig kommune.
- Synleggjere Fjord kommune som ein attraktiv arbeidsplass.

8.2 Styrke internkommunikasjonen

- Bruke internkommunikasjon til å bygge fellesskap på tvers av organisasjonen og å fremje fellesskap.
- Bygge stoltheit for kommunen som arbeidsplass og løfte fram tilsette som gode ambassadørar.
- Sørge for tidleg og tydleg kommunikasjon i interne prosjekt og prosessar.
- Auke kommunikasjonskompetansen til leiarar og tilsette.
- Gjere intranettet til hovudkjerne for kommunen sin interne informasjon.

8.3 Skape forståing for endring og omstilling

- Styrke leiarar og tilsette sin kunnskap om kommunikasjon i endringsprosessar.
- Kommunisere tydleg kva som skal skje, kvifor endringa er naudsynt og kva konsekvensar det får for den einskilde.
- Vise korleis den einskilde kan bidra til endring.

8.4 Legge til rette for medverknad og motivere til deltaking

- Involvere og gå i dialog med aktuelle målgrupper.
- Oppmuntre til tovegskommunikasjon og aktiv deltaking.
- Styrke innsatsen for å nå målgrupper vi ikkje når gjennom tradisjonelle kanalar.
- Gjer det enkelt for innbyggjarar og andre å få oversikt over korleis dei kan kome i kontakt med kommunen.

8.5 Aktiv bruk av kommunen sine verdiar

Verdiane våre – livskraftig, skapande, nær, raus og berekraftig – skal prege kommunikasjonen saman med kjernebodskapen «Tett på det som betyr noko».

Difor skal vi

- kommunisere med målgruppene der dei er og med eit språk dei forstår
- vere lyttande, tilgjengelege og legge til rette for involvering
- utfordre oss sjølve i måten vi kommuniserer på ved å våge å prøve og feile
- ha ein felles visuell identitet på trykte og digitale flater
- ta i bruk konseptet og den grafiske profilen «Tett på det som betyr noko» i lag med næringsliv og andre aktørar i lokalsamfunnet som fritt kan nytte seg av dette

9. Evaluering

- Det skal vere ein årleg gjennomgang av strategien.
- Statistikk, spørjeundersøking og tilbakemeldingar skal brukast for å måle effekt og behov.