KOMMUNIKASJONS-STRATEGI 2020

Lørenskog kommune

INNHOLD

Del 1: Lørenskog kommunes samfunnsoppdrag, visjon og verdier
Del 2: Viktige prinsipper, eksterne og interne kommunikasjonsutfordringer
Del 3: Mål, delmål, målgrupper og tiltak
Del 4: Ansvar, kanaler og nyttige tips

HVORFOR TRENGER VI EN KOMMUNIKASJONSSTRATEGI?

- Den hjelper oss å fortelle historien om Lørenskog kommune
- Den hjelper oss å planlegge kommunikasjon, prioritere budskapet og være tydelig
- Den bidrar til å skape helhet i kommunikasjonsarbeid
- Den er et hjelpemiddel til å bygge en tydelig Lørenskog-identitet, -profil og et godt omdømme
- Den gir oversikt over Lørenskogs prinsipper og retningslinjer for kommunikasjon

VÅR KOMMUNIKASJON MÅ GJENSPEILE VÅRT SAMFUNNSOPPDRAG

TJENESTER

MYNDIGHETS-UTØVER

STEDS- OG SAMFUNNS-UTVIKLER

FORVALTER AV DEMOKRATIET

VISJON

LØRENSKOG KOMMUNE

- GRØNN, TRYGG OG MANGFOLDIG

VI ER ÅPNE

Vi forteller de gode historiene, og vi står i det når det ikke går så bra.

Det er enkelt å komme i kontakt med oss og vi er imøtekommende.

Det er lett å få oversikt over hva som skjer og hva vi gjør.

VI ER TROVERDIGE

Vi er til å stole på, profesjonelle og gir riktig informasjon, også når det ikke går helt på skinner.

VI ER ENGASJERTE

Vi bryr oss om folkene som bor og jobber i Lørenskog og det som skjer her.

Vi er aktive og det vi kommuniserer er nyttig for folk.

VIKTIGE PRINSIPPER

- Tydelige **mål** med kommunikasjonen
- Klart budskap: **hva** gjør vi og **hvorfor** gjør vi det
- Fortelle **hvordan** vi gjør det for å bygge forståelse og kunnskap
- **Klart språk, skreddersydd og relevant** kommunikasjon til de ulike målgruppene
- **Rett kanal** som treffer målgruppen best

- MED FOLK I SENTRUM

EKSTERNE KOMMUNIKASJONSUTFORDRINGER

- Mange har lite kunnskap om og interesse for hva kommunen gjør
- Det er mange nye innbyggere i Lørenskog
- Vi har en mangfoldig befolkning med ulik bakgrunn og ulike behov
- Folks bruk av kommunikasjonskanaler varierer mye og endres raskt
- Lørenskog har ingen lokalavis, og det er utfordrende å slippe til i mediebildet
- Det er sterk konkurranse om god arbeidskraft

INTERNE KOMMUNIKASJONSUTFORDRINGER

- Vi opptrer ikke alltid enhetlig
- Det er varierende kompetanse på kommunikasjon i organisasjonen
- Det er varierende forutsigbarhet om og når folk får svar på henvendelser
- Oversikten over hvem som gjør hva i organisasjonen er lite tilgjengelig
- Vi mangler gode interne kommunikasjonskanaler og delingskultur
- Vi er ikke alltid like gode på å kommunisere i forkant av det som skjer
- Vi er for lite tilgjengelig både i språk og tilstedeværelse, deriblant i søknadskjema

VÅRT HOVEDMÅL

FOLK FORSTÅR OG ENGASJERER SEG I KOMMUNEN SIN

VÅRE DELMÅL

- FOLK KJENNER LØRENSKOG GODT
- FOLK LIKER LØRENSKOG GODT
- FOLK FØLER SEG SETT, HØRT OG IVARETATT AV LØRENSKOG KOMMUNE
- FOLK FØLER SEG HJEMME I LØRENSKOG
- FOLK VIL JOBBE I LØRENSKOG KOMMUNE

FOLK KJENNER LØRENSKOG GODT

- Vi jobber for å være en grønn, sunn og mangfoldig kommune
- Vi legger til rette for medvirkning
- Vi er åpne om våre beslutningsprosesser og folk vet hvordan de kan påvirke dem
- Vi formidler lett tilgjengelig og nyttig informasjon

FOLK LIKER LØRENSKOG KOMMUNE GODT

- Vi forteller de gode historiene
- Vi korter ned avstanden mellom folk og kommunen
- Vi opptrer enhetlig

Måles via innbyggerundersøkelse og forbrukerrådets kommunetest

Måles via innbyggerundersøkelse og forbrukerrådets kommunetest

FOLK FØLER SEG SETT, HØRT OG IVARETATT AV LØRENSKOG KOMMUNE

- Vi er tilgjengelige og svarer raskt
- Folk er fornøyd med servicen
- Vi snakker et språk som folk forstår
- Vi har relevante og gode tjenester

FOLK FØLER SEG HJEMME I LØRENSKOG

- Vi bidrar til at folk er stolte av Lørenskog og sitt nærmiljø
- Vi bidrar til at folk føler tilhørighet til Lørenskog
- Vi bidrar til å engasjere folk

Måles via medarbeiderundersøkelser, turn over og antall søkere på stillinger

FOLK VIL JOBBE I LØRENSKOG KOMMUNE

- Vi er opptatt av god ledelse, med-ansvar, utvikling, involvering og et godt arbeidsmiljø
- Vi har kompetente medarbeidere
- Vi er fremtidsrettet, innovativ og nytenkende

VI SKAL KOMMUNISERE GODT MED ALLE SOM BOR OG JOBBER I LØRENSKOG

Disse gruppene skal få et løft:

- BARN OG UNGE
- UNGE VOKSNE
- SPRÅKLIGE MINORITETER

TILTAK FOR Å NÅ MÅLENE

- Utarbeide informasjon og budskap med utgangspunkt i folk
- Utvikle kanalstrategi og måle effekt for kanaler
- Videreutvikle innbyggerdialog og medvirkning
- Ivareta og styrke internkommunikasjon
- Ivareta kommunikasjonsperspektivet i beslutnings- og arbeidsprosesser
- Styrke kompetansen i hele organisasjonen
- Ta i bruk servicehåndboka i organisasjonen

HVEM HAR KOMMUNIKASJONSANSVAR?

Vi har alle et ansvar for å holde oss oppdatert og dele nyttig informasjon med hverandre.

Den som har ansvaret for en tjeneste eller fagområde, har et spesielt ansvar for kommunikasjonen.

HVEM HAR ET SPESIELT KOMMUNIKASJONSANSVAR?

Ordfører har ansvaret for å fronte politiske vedtak.

Rådmannen har det overordnede ansvaret for at kommunikasjonen blir drevet profesjonelt og etisk forsvarlig.

Ordføreren og rådmann har også et særskilt ansvar for **krisekommunikasjon**.

Kommunikasjonsenheten har fagansvaret for kommunikasjonsarbeidet i kommunen.

KOMMUNIKASJONS-ENHETENS ANSVAR

Kommunikasjonsenheten skal:

- Sørge for at kommunen har gode kanaler og verktøy for intern og ekstern kommunikasjon.
- Bistå ledelsen og virksomhetene med råd, produksjon av innhold og opplæring innenfor kommunikasjonsfaget.
- Involveres tidlig i store prosjekter og ved mediehenvendelser.

VÅRE MEST BRUKTE KANALER

- alle ansatte
- servicetorget og fysiske møteplasser
- www.lorenskog.kommune.no
- digitale meldingsverktøy
- sosiale medier
- redaksjonelle medier
- folke- og medvirkningsmøter
- interne kanaler
- politiske saker

Ta kontakt med kommunikasjons-enheten hvis du trenger hjelp.

NYTTIGE TIPS

- Hvem ønsker du å nå?
- Klarer du å forklare det vanskelige på en enkel måte?
- Bruker du rett kanal?
- Er innholdet enkelt å forstå for målgruppen?
- Er tonen i språket vennlig og inkluderende?
- Viser kommunikasjonen noen menneskelige elementer?
- Er kommunikasjonen i tråd med visuell profil?