



KOMMUNIKASJONSSTRATEGI 2020-2023

Dokumenteier:	Hilde Rafaelsen, Aleksander Millang
Skrevet av:	Aleksander Millang
Revideres av:	
Versjon:	0.5
Gjelder fra:	05.01.2021
Godkjent av:	
Revidert når:	

Innhold

Sammendrag	2
1 Bakgrunn.....	3
2 Mål for kommunikasjonsarbeidet	3
2.1 Hovedmål	3
2.2 Delmål for internkommunikasjon i kommunene (alle ansatte)	3
2.3 Delmål for internkommunikasjon i kommunene (direkte berørte)	4
2.4 Delmål for eksternkommunikasjon	4
3 Visjonen	4
4 Avhengigheter og avgrensninger	5
5 Kritiske suksessfaktorer	5
6 Kommunikasjonsprinsipper	5
7 utfordringer.....	6
8 Kanaler for kommunikasjon	6
9 Mediehåndtering.....	7
10 Handlings- og innholdsplan 2020-2021.....	7
11 Hovedbudskap.....	8
12 Evaluering	8

Sammendrag

Kommunikasjon er et strategisk verktøy for å bygge tillit og et godt omdømme for prosjektet Digitale Helgeland (DH), samt å sikre en forankret aksept for viktigheten av prosjektet på tvers av

kommunegrensene. Gjennom god kommunikasjon skal vi sikre bred involvering både internt og eksternt i Helgeland, som følgelig skal bidra til at Digitale Helgeland løser det oppdraget som er gitt.

Det som skiller Digitale Helgelands kommunikasjonsstrategi mot andre kommunale kommunikasjonsstrategier er målgruppen og det overordnede målet med kommunikasjonen.

Kommunikasjon fra Digitale Helgeland skal først og fremst bidra til økt samarbeid i kommunen, samt bidra til at innbyggere og politikere forstår hvorfor vi må digitalisere. Kommunikasjonen fra DH skal være konkret og ha et gevinst fokus. Vi skal gjennom god kommunikasjon bidra til forståelsen av endrings- og digitaliseringsbehovet, og hvordan dette vil skal bidra til en enklere hverdag for alle innbyggere og ansatte i kommunen. Det er også viktig å erkjenne de negative holdningene til digitalisering ved f.eks. nedbemanning som et resultat av effektivisering, men ikke fokusere på det.

Kommunikasjon fremgår som et viktig virkemiddel av styringsgruppen for å kunne lykkes med et godt samarbeid i helgelandskommunene og for å vise til vellykkede prosjekt og gevinstrealisering. Strategien reflekterer at prosjektet Digitale Helgeland er nødt til å tenke langsiktig og planlegge for fremtiden.

Vi har i denne strategien definert bruker som innbygger.

1 Bakgrunn

Under styringsgruppemøtet datert 23. oktober 2020 kom det frem et klart behov for kommunikasjon fra prosjektet ut til de ulike kommunene. For at prosjektet skal kunne drive med strategisk kommunikasjon, samt å understøtte målene med Digitaliserings strategien er det viktig å formalisere hvordan prosjektet vil fremstå i sin helhet.

2 Mål for kommunikasjonsarbeidet

2.1 Hovedmål

Kommunikasjonsarbeidet skal gjennom enhetlig, konsekvent og målrettet kommunikasjon, bidra til at Digitale Helgeland når sine mål, ved å:

- bidra til at innbyggere opplever regionen som proaktiv og nytenkende
- bidra til å styrke samarbeidet i Helgelands kommunene
- bidra til å sikre en god overgang til nye systemer og arbeidsmetoder uten risiko for tap av omdømme
- bidra til forståelse for hvorfor man digitaliserer
- bidra til interesse for prosjektet og endringsvilje (vurder)

2.2 Delmål for internkommunikasjon i kommunene (alle ansatte)

Interne defineres som kommunalt ansatte i Helgeland. Målet med kommunikasjonsarbeidet er at alle ansatte i de ulike kommunene:

- har kjennskap til at det foregår en satsning innenfor digitalisering
- er informert om prosess og milepæler og sentrale leveranser fra prosjektet
- får riktig informasjon til riktig tid
- skape positive og realistiske forventninger
- Bidra til økt kunnskap om digitalisering og automatisering

2.3 Delmål for internkommunikasjon i kommunene (direkte berørte)

Interne defineres som kommunalt ansatte i Helgeland. I den grad at ansatte blir direkte berørt av digitaliseringsarbeidet, skal kommunikasjon sikre at den ansatte:

- forstår at digitalisering og automatisering ikke er et nedbemanningsprosjekt, men et effektiviseringsprosjekt.
- føler seg ivaretatt gjennom forankring og dialog
- kjenner til den overordnede planen og målene til prosjektet
- hvilke endringer initiativ kan ha på deres hverdag

2.4 Delmål for eksternkommunikasjon

Eksterne defineres som alle utenfor det kommunale apparatet. Digitale Helgeland skal identifisere og inngå dialog med sentrale eksterne samarbeidspartnere og interessenter for å avdekke behov og mulighetsrom.

- Kjenner til hvilke forenklinger og forbedringer den nye løsningen innebærer
- Tekster og veiledninger i løsningen er godt forståelig og oppleves som nyttig for skattepliktig
- Kjenner til nye fordeler (veiledning og oppdaterte data) ved å levere digitalt fremfor på papir
- Viktig å treffe politikere pga finansiering (skriv om)

3 Visjonen

 Digitale Helgeland – sammen for utvikling og bedre tjenester	
Mål	Dette oppnår vi ved
<ul style="list-style-type: none">• Innbyggere og næringsliv skal ha tilgang til gode, sammenhengende digitale tjenester.• Ansatte i Helgelandskommunene har god digital kompetanse.• Helgeland er et attraktivt sted å bo og jobbe.• Effektive og papirløse prosesser• Helgeland tar i bruk de muligheter som finnes i teknologi, kapasitet og kompetanse.	<ul style="list-style-type: none">• å samarbeide der vi kan, dra nytte av hverandres styrker og respektere forskjeller mellom kommunene.• å samskape med innbyggere, næringsliv og frivilligheten.• tydelig og god forankring av mål og handlingsplaner.• å styrke den digitale kompetansen.• å motivere og legge til rette for kompetanseutvikling.• å dele på kompetanse og ressurser.• å ta i bruk nasjonale fellesløsninger

4 Avhengigheter og avgrensninger

Digitaliseringsstrategien 2020-2023 er et overordnet dokument som gir føringer for kommunikasjonsstrategien og -planen.

Kommunikasjonsarbeidet følger i hovedsak de største milepælene i Digitale Helgeland-prosjektet, og påvirkes derfor også av forsinkelser. Andre endringer som følge av politiske meningsskifter og/eller innspill fra styringsgruppen vil også kunne få følger for planer knyttet til kommunikasjonsarbeidet og denne planen.

5 Kritiske suksessfaktorer

- Det må være nok midler og ressurser både i prosjekt og i linje til å kunne gjennomføre nødvendige kommunikasjons tiltak
- Prosjektet skal kommunisere på en forståelig måte med utgangspunktet i Klarspråk, både internt og eksternt.
- All kommunikasjon fra prosjektet skal være et resultat av analysen **HVA, HVORFOR, HVEM og HVORDAN:**
 - **Hva** ønsker vi å si? (budskap) Eksempel: Kommunene samarbeider mot en mer effektiv ansettelsesprosess for både søkere og kommunen (ikke bare fokusert på interne gevinster).
 - **Hvorfor** ønsker vi å formidle et budskap? (ønsket effekt) Eksempel: Sikre at alle berørte hovedinteressenter og målgrupper er kjent med endringene og tilpasser seg i tide.
 - **Hvem** ønsker vi å si det til? (målgruppe) Eksempel: *Alle innbyggere i Helgeland? Rådemennene? Kommunestyrene, fag- og ledergrupper..?*
 - **Hvordan** ønsker vi å si det? (form og kanal) Eksempel: Relevant informasjon om endringene, i størst mulig grad gjennom etablerte kanaler, for eksempel direkte i nye løsninger, kommunens nettsider, digihelgeland.no osv.

6 Kommunikasjonsprinsipper

Kommunikasjon i Digitale Helgeland skal etterstrebe følgende prinsipper

- **Åpenhet:** Åpenhet og dialog fremmer tillit og godt samarbeid internt og eksternt.
- **Enkelhet:** Vi skal kommunisere med et enkelt og klart språk som motvirker uklarheter og misforståelser, og som bidrar til at de enkelte målgruppene nås med kommunikasjonen.
- **Til rett tid og i riktig kanal:** Budskapet skal være informativt og relevant for målgruppene og komme til riktig tid. Kanalvalg skal tilpasses målgrupper og budskap.
- **Koordinert:** Kommunikasjonen skal være koordinert. Vi skal si det samme i presentasjoner, på hjemmesiden, i media, i møter og gjennom tredjepersoner.
- **Internt og eksternt:** Når vi planlegger en ekstern kommunikasjonsaktivitet, må vi alltid huske på å også planlegge den interne informasjonen.

7 Utfordringer

Interne kommunikasjonsutfordringer

Område	Beskrivelse	Utfordring
Forankring	Kommunene er i større eller mindre grad med på at initiativet Digitale Helgeland er et viktig prosjekt og initiativ for å sikre fremtidig oppgaveløsning.	At alle kommuner, store som små, i alle seksjoner er enige om at man må digitaliseres, og at dette prosjektet skal underbygge samarbeid og ikke «eie».
Gevinstrealisering	Vi skriver og kommuniserer godt om og rundt prosjektet og initiativ, men ikke nok rundt gevinstene.	Fokuser på hva vi faktisk gjør og hvilken konkret effekt det kan ha.
Internt samarbeid	Tross ulikheter i størrelse, andre eksterne uro-momenter	Fremstå som et supplerende element, fremfor et initiativ for å ta over.
IT seksjonen		IT sjefer som jobber mot initiativet fremfor med.
Ansatte	Konsept som øker automatisering/digitalisering, vil redusere behov for saksbehandlere	Ansatte som er redd for å bli overflødig

Eksterne kommunikasjonsutfordringer

Område	Beskrivelse	Utfordring
Konsept som medfører stor påvirkning oppgaveløsningen i andre kommuner	Konsept kan foreslå samling av oppgaver fra andre etater inn i en enhet.	Initiell reaksjoner kan være meget negativ, selv om man ser stordriftsfordelene og mulighetene med det.

8 Kanaler for kommunikasjon

Vellykket kommunikasjon krever at budskap gjentas og at det brukes en blanding av kanaler for å nå ut til alle målgruppene.

Det vil være behov for å benytte en rekke ulike kanaler for å nå frem til alle målgruppene. Tabellen nedenfor viser eksempler på viktige kommunikasjonskanaler:

Kanal	
Hjemmesiden	Vår primærkanal
E-post	Benyttes som kompetansedrypp om hva som gjøres i prosjektet.
Seminar/Samlinger	Prosjektet vil etter hvert inviterer til foredrag/seminarer hvor målet er å ha en arena for erfaringsutveksling og status.
Informasjonsmøter	Monolog basert kommunikasjon med små spiselige «info- bites»
Infoskriv, artikler og nyhetsbrev	Være aktiv i lokale medier med artikler og leserinnlegg digitalisering og mulighetene for Helgeland.
Sosiale medier	Vi burde være på LinkedIn
Media	Lokale, regionale og nasjonale medier.

Kanal	
Wiki/intranett	
Spørreskjema	

9 Mediehåndtering

Aleksander Millang tar seg av innkommende mediehenvendelser. I all kontakt med media skal vi sette søkelys på

- Brukerbehov i sentrum
- Digitalisering skal bidra til mer effektiv ressursbruk
- At DH er et samarbeidsprosjekt

10 Handlings- og innholdsplan 2020-2021

Hyppighet	Aktivitet	Kanal	Ansvar	Budskap
1 gang hvert kvartal	Innlegg om Digitalisering i lokalavisen	Lokalavisene	Aleksander	<ul style="list-style-type: none"> • Bevisstgjøring om digitalisering og viktigheten av det. • Bevisstgjøring av Digitale Helgeland • Omdømmebygging for prosjekt og organisasjon • Vise tilstedeværelse • Høy takhøyde for innhold
Hver mnd	Nyhetsbrev	Epost	Aleksander	En meget kort 5-punkts epost om prosjektets milepæler, fremgang og mål. Informere om prosesser, fremgang i prosjektene og generell informasjon. Høy takhøyde for innhold.
Hver uke	Artikkel	Hjemmeside	Aleksander	En kort artikkel (lesetid på ca 3-4 min) om digitalisering, tips, prosjektets mål og milepæler. Lav takhøyde for innhold.
1	Videopresentasjon av prosjektet	Video	Aleksander/Hilde	<ul style="list-style-type: none"> • Informasjon om prosjektet og målene. • En forankring av prosjektet på tvers av kommunene • Omdømmebygging for prosjektet/organisasjonen • Styrke begeistring og aksept for prosjektet
1	Podcast/presentasjon	Podcast/Lyd/Video	Aleksander	Børge Toft som gjest.
1	Paneldebatt.	Podcast/Lyd/Video	Aleksander	Samle 3-4 stykker som diskuterer tema. Ha en som modererer.
1	Presentasjon til rådmennene	Power-point	Aleksander	Noe rådmenn kan bruke i større forsamlinger.
1	Lag små videoer av ansatte og innbygger/pasient.	Video	Aleksander	«Slik gjorde vi det før, sånn gjør vi det nå». Hvis noen suksesshistorier, når vi har dem. Dette kan også være prosjekt som allerede er gjennomført i kommuner før samarbeidet startet. Nettopp for å vise andre kommuner hva som er mulig å få til.
1	Artikkel	Nettside	Aleksander	Lag artikler om digitaliseringsprosjekter som allerede er i gang i helgelandskommunene, selv om det ikke er et samarbeidsprosjekt.
1	Artikkel	Nettside	Aleksander	Utfordre ansatte til selv å lage artikler eller komme med forslag til artikler. Viktig at vi får en «skrytekanal» der vi får vist frem alle flinke folk som hver dag strever og ingen vet hva gjør :)

11 Hovedbudskap

- Brukerbehov i sentrum
- Digitalisering skal bidra til mer effektiv ressursbruk
- Vi skal levere de samme tjenestene til alle innbyggere i Helgeland.
- Utnytte ressurser og kompetanse på tvers av kommunegrensene.
- At DH er et samarbeidsprosjekt

12 Evaluering

Vi må ha en klar formening av hva kommunikasjon skal bidra til og kunne evaluere om de gir ønsket effekt. Med en kvalitativ tilnærming skal Digitale Helgeland sitt kommunikasjonsarbeid kunne utvikle og forbedre seg raskt.

Kommunikasjonsmål og indikatorer er:

- Klikk- og lesertall på saker på hjemmesiden
- Muntlige spørsmål i møter om hvordan de opplever at informasjon fungerer
- Spørreundersøkelser i for eksempel questback om kanalbruk og om budskap er oppfattet
- Gjennomgang og analyse av mediehenvendelser og publiserte artikler kvartalsvis. Vurdere om vi understøtter gitte KPI'er og overordnede strategier og føringer.

Resultater og erfaringer deles og diskuteres med styringsgruppen