

# Strategi för extern kommunikation

<b>Dokumentnamn:</b> Strategi för extern kommunikation	
<b>Dokumentansvarig:</b> Kommunikationsavdelningen	<b>Dokumentdatum:</b> 2019-11-25
<b>Godkänd av:</b> Kommunfullmäktige	<b>Reviderad:</b>

## Innehåll

1	Om kommunikationsstrategin .....	3
2	Gemensam plattform .....	3
3	Kommunikationsmål .....	4
4	Huvudbudskap: Med Umeåbornas välfärd i fokus.....	6
5	Målgrupper .....	7
6	Kanaler .....	7
7	Mediekontakter .....	8
8	Samarbeten .....	8
9	Ansvar .....	9
10	Effekt och uppföljning .....	9

# 1 Om kommunikationsstrategin

Umeå kommun är en offentlig verksamhet som finns till för medborgarna. Det innebär att vi har ett viktigt kommunikationsansvar. Det ska vara enkelt att ta del av tillförlitlig information om stöd och service som vi erbjuder. Det ska också vara enkelt att följa beslut som fattas av våra politiker i kommunala styrelser, nämnder och utskott. Umeå kommuns medborgare ska kunna följa pågående arbete och ha kunskap om när och hur i processen det finns möjlighet att vara med och påverka.

Kommunens kommunikationsstrategi är ett stöd för att förverkliga mål som har beslutats av kommunfullmäktige. Kommunikationsstrategin ska utgöra grunden när verksamheterna utformar sin egen kommunikation.

Strategin är en övergripande kommunikationsstrategi för extern kommunikation för organisationen Umeå kommun, inte för plats- och destinationsmarknadsföring.

Utöver denna strategi finns ytterligare stöd inom kommunikationsområdet i form av rutiner, riktlinjer, checklistor, instruktioner, verktyg och tillämpningar i Dokument- och kvalitetsstyrning (DOK) och på intranätet. Vid en samhällsstörning, allvarlig eller extraordinär händelse finns en styrande kriskommunikationsplan.

Kommunikationsstrategin ska revideras i samband med varje ny mandatperiod.

## 2 Gemensam plattform

Plattformen för Umeå kommun beskrivs i mål, värdegrund och verksamhetsidé, det ska också återspeglas i kommunikationen.

### 2.1 Mål

Kommunikationsstrategin ska stötta kommunfullmäktiges långsiktiga fastställda mål.

### 2.2 Värdegrund

I Umeå kommun arbetar vi efter vår värdegrund MÖTS; medborgarfokus, öppenhet, tillit och ständiga förbättringar.

#### **Medborgarfokus**

När vi planerar och formulerar vår externa kommunikation ska vi sätta medborgaren i fokus. Det innebär att

- vi paketerar service och formulerar information med medborgarens behov i fokus

- vi anpassar vår kommunikation efter målgruppen
- vi kommunicerar till alla i målgruppen
- vi är närvarande och finns i kanaler där våra mottagare befinner sig.

## **Öppenhet**

Vi är en öppen och transparent organisation. Det innebär att

- vi skapar möjlighet för dialog via kommunikation
- vi gör vår information tillgänglig för alla.

## **Tillit**

Kommunens medborgare ska känna förtroende för kommunen och att vi har deras bästa för ögonen. Det skapar vi genom att

- visa att Umeå kommun arbetar för medborgarnas bästa
- berätta mer från vårt vardagliga arbete
- vara tydliga med varför vi agerar.

## **Ständiga förbättringar**

Vi är en lärande organisation som vill utvecklas och ständigt förbättras.

Det gör vi bland annat genom att

- mäta och följa upp effekter och resultat inom kommunikationsområdet
- omvärldsbevaka och jämföra oss med andra.
- planera och genomföra kommunikationsarbetet.

## **2.3 Verksamhetsidé**

Med gemensamma krafter skapar vi ett gott liv i Umeå. Vi bidrar till välfärd för alla och ger goda förutsättningar för företagande, fritid och kultur.

## **3 Kommunikationsmål**

Kommunens kommunikationsmål är att förvaltningarnas kommunikation ska bidra till att kommunfullmäktiges mål förverkligas. För att uppfylla kommunikationsmålet finns följande utgångspunkter:

## **Målgruppsanpassning**

För att nå mottagaren på bästa sätt ska vi utgå från målgruppens behov och förutsättningar när vi kommunicerar om Umeå kommuns service och tjänster. Vi anpassar budskap, språk och tonalitet.

Vi ska vara öppna i vår kommunikation, budskapen ska väcka intresse, vara trovärdiga och lätta att förstå. Det ökar chansen att nå fram. Vi använder klarspråk; ett vårdat, enkelt och begripligt språk anpassat till mottagarna. Vi skriver med personligt tilltal, inkluderande, medkännande och ödmjukt.

## **Inkludera hela kommunen**

Majoriteten av kommunens medborgare bor och arbetar i centrala Umeå och stadsdelarna. Många bor också i samhällen och byar utanför centrum. Eftersom Umeå kommun är till för alla ska vi kommunicera vad som händer i hela Umeå.

## **Tydlig avsändare**

Umeå kommun är en stor organisation med många olika verksamheter som dygnet runt möter medborgare. Därför är det viktigt att alla Umeå kommuns verksamheter använder den grafiska profilen och Umeå kommun som avsändare, inte enbart den enskilda verksamheten.

## **Digitalt först**

Medborgarnas användning av internet är stor och ökar. Digitala kanaler är därför förstahandsvalet även inom kommunikationsområdet, men vi tar också hänsyn till att det finns människor som inte är vana vid digitala kanaler och kan använda andra kanaler för att öka tillgängligheten och möta medborgarnas behov.

## **Proaktivitet**

Att vara proaktiv innebär att förutse och vara förberedd på förändringar och händelser innan det är dags att agera. Det kräver god kunskap om både omvärlden och verksamhetens behov.

## **Delaktighet i dialog**

Vi vill vara en del av dialogen om Umeå kommun och våra verksamheter för att ta tillvara medborgarnas kunskaper och engagemang. Vi ska lyssna, svara och förklara i frågor som

rör Umeå kommun och vårt arbete. Med tydliga kontaktuppgifter skapar vi möjlighet till dialog.

### **Jämställdhet, mångfald, tillgänglighet och hållbarhet**

Vår kommunikation ska spegla den mångfald som finns, vara normbrytande och inkluderande. Vi ska ha en bred representation i vår kommunikation. Kommunen är en del av förvaltningsområdena för samiska, finska och meänkieli och har ett särskilt informationsansvar för dessa minoritetsspråk. Kommunikationen ska vara tillgänglig – lätt att läsa, höra, se och förstå. Med kommunikation ska vi skapa förutsättningar för ett långsiktigt hållbart beteende socialt, ekologiskt, kulturellt och ekonomiskt.

## **4 Huvudbudskap: Med Umeåbornas välfärd i fokus**

Huvudbudskapet ”med Umeåbornas välfärd i fokus” speglar kommunens mål och värdegrund. Det ska visa att vi är en pålitlig leverantör av service och tjänster som behövs i en kommun med stark tillväxt.

Budskapet är ingen slogan som ska uttryckas i klartext. Budskapet ska anpassas och uttryckas på ett sätt som stärker verksamheternas kommunikationsmål.

### **4.1 Kommunikativa grepp som stöttar huvudbudskapet**

#### **Visa på bidrag till våra mål**

I kommunikationen ska vi kommunicera det som bidrar till att kommunens mål blir verklighet. För att säkra medborgarnas välfärd behöver vi kommunicera Umeås goda förutsättningar för näringslivet att etablera sig och växa och för inflyttare att skapa ett gott liv. Våra besökare ska också känna sig välkomna då de kan vara morgondagens medborgare, företagare och medarbetare.

#### **Öka kunskapen om det kommunala uppdraget**

Kunskapen om kommunpolitik, den demokratiska processen och kommunens uppdrag kan förbättras. Det finns intresse av att delta och påverka.

Vi ska förbättra medborgarnas förståelse för och kunskap om hur en kommun fungerar, vilken service och vilka tjänster vi ansvarar för och hur och när medborgare kan delta i den demokratiska processen.

## **Förklara bakgrund till beslut**

Medborgare ser effekter av kommunens utveckling, men har inte alltid kunskap om och förståelse för varför beslut tas. Det kan i förlängningen leda till minskat förtroende för kommunen. När vi kommunicerar ska vi ge kunskap om och bakgrund till det politiska beslutet eller verksamhetens aktivitet, så att mottagaren får förståelse för helheten.

## **Lyfta service och tjänster**

Den främsta anledningen till varför medborgare söker kontakt med kommunen är för att hämta information eller använda kommunens tjänster. Medborgare ska känna till den omfattande och vardagsnära service som kommunen erbjuder.

## **Synliggöra medarbetare**

För att kunna leverera välfärd även i framtiden behöver vi intressera potentiella medarbetare och behålla de medarbetare vi redan har. Genom att lyfta fram medarbetares vardag och goda insatser presenterar vi Umeå kommun som en attraktiv arbetsgivare.

# **5 Målgrupper**

Umeå kommun finns till för alla medborgare. Andra viktiga målgrupper är potentiella inflyttare och företag.

# **6 Kanaler**

Varje kommunikationsinsats utgår från vad vi vill uppnå. Sedan väljer vi kanaler som ger bäst effekt. Varje möte mellan oss och våra medborgare är betydelsefullt och påverkar bilden av oss. Några exempel på etablerade och övergripande kanaler är:

## **6.1 [www.umea.se/kommun](http://www.umea.se/kommun)**

Webbplatsen [www.umea.se/kommun](http://www.umea.se/kommun) är Umeå kommuns viktigaste kommunikationskanal och navet för vår information, vår service och våra tjänster.

## **6.2 Sociala medier**

Våra sociala medier låter allmänheten komma närmare verksamheten på ett mer informellt sätt. Här kan vi lyfta fram medarbetare, berätta om aktiviteter och svara på frågor. Sociala medier kan förstärka och komplettera andra kanaler.

## **6.3 Fysiska platser**

Vi behöver även kommunicera där målgrupperna finns, möts eller passerar.

## **6.4 Annonsering i andras kanaler**

Vid annonsering ska det vara tydligt vem avsändaren är. Vi annonserar bland annat för att rekrytera nya medarbetare, kommunicera och marknadsföra kommunens service och tjänster.

# **7 Mediekontakter**

Nyhetsmedier fungerar som förmedlare av information, opinionsbildare och som kritiska granskare av den kommunala verksamheten.

Vi ska vara proaktiva i mediekontakter så att våra målgrupper tidigt får kännedom om Umeå kommuns service, tjänster och händelser. Vi ska korrigera faktafel och svara på frågor, synpunkter och inlägg på ett professionellt och sakligt sätt. Kommunens verksamheter ska vara tillgängliga för att besvara mediernas frågor och för att bemöta insändare och artiklar.

## **7.1 Pressmeddelanden och presskonferenser**

Kommunen ska hjälpa medier med information om stöd, service och tjänster som kommunen erbjuder och politiska beslut från styrelser, nämnder och utskott.

# **8 Samarbeten**

Samarbete med andra aktörer skapar synergieffekter, stärker vår position och långsiktiga hållbara tillväxt.



## **8.1 Dra nytta av samarbeten och erfarenheter**

Effekten av kommunikationsinsatserna ökar genom att bygga vidare på samarbeten och lärdomar som tidigare projekt, arrangemang och aktiviteter har gett. Det är viktigt att kommunens medverkan i samarbeten framgår tydligt och visuellt.

## **9 Ansvar**

Respektive verksamhet har ett ansvar att kommunicera med sina målgrupper inom sitt ansvarsområde.

### **9.1 Chefer**

Varje chef ansvarar för den egna verksamhetens kommunikation till medarbetare, medborgare och medier.

### **9.2 Förvaltningarnas kommunikatörer**

Förvaltningarnas kommunikatörer är ett operativt och strategiskt stöd till respektive verksamhet. De är ett stöd vid verksamhetsplanering och bidrar till att kommunikationsaktiviteter som genomförs ger effekt.

### **9.3 Kommunikationsavdelningen**

Kommunikationsavdelningen har ett övergripande ansvar för att styra och utveckla Umeå kommuns kommunikationsarbete. Avdelningen är ett kommunikationsstrategiskt stöd för stadsledningskontoret. Avdelningen är också rådgivande i frågor som gäller förvaltningarnas kommunikation.

## **10 Effekt och uppföljning**

God kommunikation bidrar till ökat förtroende för Umeå kommun och våra verksamheter. Varje verksamhet ansvarar för att mäta och följa upp kommunikationsinsatser, och beroende på önskvärda mål, inom områdena nöjdhet, kännedom, engagemang, medieanalys.

- Nöjdhet: Vi ska undersöka den upplevda effekten av en kommunikationsinsats.
- Kännedom: Vi ska undersöka vad målgrupperna vet, tycker eller gör.
- Engagemang: I vilken omfattning har vi lyckats informera, inspirera eller engagera?

- Medieanalys: Vi ska mäta kommunikationens genomslag och analysera bilden av Umeå kommun i medier.