

Styrdokument
Dokumenttyp: Strategi
Beslutat av: Socialnämnden
Fastställsedatum: 2024-03-19
Ansvarig: Socialchef
Revideras: 2028
Följs upp: Efter två år

Strategi för socialnämndens externa kommunikation

Dnr: SN.2024.53 §37

Innehållsförteckning

1	Inledning och syfte.....	3
1.1	Mål.....	3
2	Budskap.....	3
	Prioriterade målområden	3
	Nämndens grunduppdrag	4
	Värdeskapande aktiviteter	4
3	Vägledande principer	4
	Anpassad:	4
	Enhetlig och tydlig:	4
	Relationsskapande:	4
	Snabb och proaktiv:.....	4
	Sann och tillgänglig:	4
4	Målgrupper	4
5	Kanaler och tillvägagångssätt.....	5
6	Plan för genomförande.....	5
7	Ansvarsfördelning.....	6
	Nämndens ansvar	6
	Ansvarig chef	6
	Förvaltningskommunikatör.....	6
	Strategiskt råd och stöd.....	6
	Kontaktcenter	7
7.1	Budget.....	7
8	Kriskommunikation.....	7
9	Uppföljning och justering.....	7

I Inledning och syfte

Nämnden har beslutat om att ta fram en strategi för kommunikation för att skapa ett högre förtroende hos kommunens invånare. Nämnden vill arbeta mer proaktivt med kommunikation samt ge en ökad transparens för att ge invånare möjlighet att kunna ta del av vad som händer i verksamheterna.

I.1 Mål

Målet med strategin är att:

- Skapa ett högre förtroende hos kommunens invånare.
- Minska inkommande frågor, klagomål och synpunkter.
- Dialogen med nämndens målgrupper ska utvecklas för att öka känslan av delaktighet.

För att kunna uppnå detta behöver kommunikationen utvecklas genom tydliggörande av:

- Vilka kommunikationsåtgärder som ska prioriteras för att öka skapa ett högre förtroende hos invånare.
- Hur medborgardialog kan föras kontinuerligt för att skapa delaktighet.
- Vilka beslut som ska kommuniceras ut till berörda målgrupper och hur.

Det ska vara tydligt både för nämndens politiker och för socialnämndens verksamheter vad som förväntas i arbetet med kommunikation. Det ska finnas tydliga rutiner och riktlinjer som stöd i arbetet, samt en tydlig uppföljning och utvärdering av hur verksamheterna arbetar med kommunikation.

2 Budskap

De budskap som främst ska prioriteras i kommunikationsinsatser är enligt följande rubriker.

Prioriterade målområden

För de mål och uppdrag som nämnden har beslutat att verksamheterna ska arbeta med ska det finnas en kommunikationsplan. Invånare ska kunna få en tydlig bild om vilka utvecklingsområden som nämnden arbetar med, varför det är viktigt att arbeta med dem, samt hur verksamheterna arbetar för att omhänderta målen och uppdragen.

Nämndens grunduppdrag

Gislaved kommuns externwebb ska ha en tydlig beskrivning av hur nämndens grunduppdrag ser ut. Det ska vara tydligt vilket ansvar kommunen har och vad invånarna kan få stöd och hjälp med. Externwebben ska också innehålla annan information som nämnden och verksamheterna tycker är viktig för att kunna ge tillräcklig insyn och skapa förståelse kring hur verksamheterna arbetar för att omhänderta målgruppernas behov.

Värdeskapande aktiviteter

Nämnden och verksamheterna ska ge en tydlig bild av hur verksamheterna drivs och vilket värde de skapar för målgrupperna.

3 Vägledande principer

Anpassad: Kommunikationen ska utgå från mottagarens behov och förkunskaper. Den ska också vara målgruppsanpassad. Målgruppens behov och preferenser ska vara i fokus – inte hur verksamheten är organiserad.

Enhetlig och tydlig: Det ska inte råda någon tvekan om vem som är avsändare. Nämndens kommunikation ska följa kommunens grafiska profil. Budskapet ska vara tydligt och stödja det som nämnden vill förmedla utifrån prioriterade budskap.

Relationsskapande: Syftet med all kommunikation är att skapa förtroende hos invånarna. Kommunikationen ska ge möjlighet till dialog och ömsesidigt informationsutbyte där det går. Det leder till ökad tillit och ökat engagemang.

Snabb och proaktiv: Nämnden ska initiera kontakter och reagera på andras tagna kontakter. I möjligaste mån ska kommunikationen föregå målgruppers efterfrågan.

Sann och tillgänglig: Information ska vara korrekt, tydlig, lätt att finna och öppen för granskning. Den ska vara tillgänglig för så många som möjligt. Språket ska vara rakt och okomplicerat.

4 Målgrupper

Nämnden ska kommunicera aktivt med följande målgrupper.

- Individer som idag har kontakt med och får stöd och hjälp från verksamheten.
- Anhöriga till individer som har insatser från förvaltningen.
- Kommunens alla invånare utifrån ett förebyggande perspektiv.
- Medarbetare inom förvaltningen.
- Samarbetspartners och andra intressenter.

5 Kanaler och tillvägagångssätt

- Gislaved.se är kommunens främsta kanal för information till invånare och andra aktörer.
- Kommunens kontaktcenter är vägen in vid kontakt med verksamheterna. Kontaktcenter ska vara en självklar del av verksamheterna som kan hantera en hög andel inkomna ärenden utan att behöva skicka vidare dem i organisationen.
- Sociala medier och dialog med övrig media används för att sprida budskap.
- Medborgardialog i utvecklingsarbete för att inhämta invånarnas synpunkter och för att kunna bredda perspektivet utifrån målgruppernas behov.
- Kommunens intranät Insidan används för att kommunicera till medarbetare.
- Information och kommunikation ska också ske i olika form utifrån målgruppens behov och utifrån vad som kan ge bäst förutsättningar att sprida budskapet. Det kan vara i form av text, film, dialog eller annat som är lämpligt utifrån område.
- Varje medarbetare i förvaltningen är en ambassadör för verksamheten. För att kunna ta tillvara på dessa ambassadörer på bästa sätt, ska verksamheterna arbeta för att de ska känna stolthet över sitt arbete och sin arbetsplats.

6 Plan för genomförande

För att lyckas uppnå målet med strategin kommer förvaltningen att arbeta med följande delar:

- Utse ansvarig person för varje mål och uppdrag som också blir ansvarig för att det finns en uppdaterad kommunikationsplan kopplad till målet.
- Strukturera upp ansvaret kring kommunikation för ärendena som hanteras av nämnden för att kunna vara mer proaktiva.
- En gemensam årsplanering för alla kommunikationsinsatser som chefer och andra berörda parter arbetar med.
- Ge alla som ska arbeta med kommunikation kunskap om strategin och hur processerna kring kommunikation ser ut för att kunna leva upp till de vägledande principerna.

- Fortsätta att utveckla samarbetet med kommunikationsavdelningen och kontaktcenter för att lyckas möta invånarnas behov på bästa sätt.
- Ta fram en metod för medborgardialog som kan användas när större förändringar ska göras i verksamheterna.
- Fortsätta att utveckla externwebben.
- Plan för att sprida positiva resultat i verksamheterna både internt och externt.

7 Ansvarsfördelning

Nämndens ansvar

Ordförande är ytterst ansvarig för att kommunicera kring nämndens beslut som är av stort intresse för invånare. Nämndens ordförande ska tillsammans med socialchef se till att nämndens arbete kommuniceras på ett proaktivt sätt.

Ansvarig chef

Alla chefer ansvarar för att kommunicera kring sin verksamhet.

Kommunikation ska ske kring:

- Hur grunduppdraget levereras.
- Hur kvaliteten i verksamheten ser ut.
- Större förändringar eller händelser som påverkar målgruppen.
- Positiva händelser i verksamheterna.

Förvaltningskommunikatör

Den utsedda förvaltningskommunikatören samordnar, tillsammans med cheferna i förvaltningen, planeringen kring kommunikationsinsatserna. Hen hjälper till att ge ökad kunskap om kommunikationsprocessen till de personer som arbetar med kommunikation i förvaltningen. I uppdraget ingår också att hjälpa till att säkerställa att kommunikationen håller en god kvalitet genom att vara ett bollplank till cheferna.

Strategiskt råd och stöd

I kommunen finns en utsedd kommunikatör som strategiskt ska arbeta riktad mot förvaltningen. Kommunikatören är insatt i förvaltningens arbete och den planering som finns för kommunikation under året. Tillsammans med förvaltningskommunikatören gör de en plan för hur kommunikationsavdelningen kan ge stöd till förvaltningen för att uppnå utsatta mål. Vid behov av prioriteringar görs dessa i samråd med socialchef.

Kontaktcenter

Kontaktcenter är en del av verksamheten och är den första kontakten som invånare får kontakt med i kommunen. Socialnämndens verksamheter ska därför informera och involvera kontaktcenter i ett tidigt skede vid kommunikationssatsningar för att invånare ska kunna få ett bra första bemötande. Förvaltningskommunikatören har en kontinuerlig kontakt med kontaktcenter för att följa inkomna ärenden och frågor för att kunna utveckla hur vi kommunicerar med invånare. Kontaktcenter ska ha möjlighet och förutsättningar att kunna hjälpa invånare vid en första kontakt.

7.1 Budget

Hanteringen av kommunikation både för nämnden och för verksamheterna ska hanteras inom den budgetram som nämnden har. Förvaltningen ska följa vissa kostnader rörande kommunikation för att kunna säkerställa att det finns tillräckligt med resurser och rätt förutsättningar för att kunna leva upp till de mål som den här strategin pekar ut.

8 Kriskommunikation

En god kommunikation är väsentlig för att hantera kriser eller extraordinära händelser väl. Socialnämndens verksamheter ska vid kriser utgå ifrån kommunens rutiner för krishantering. Förvaltningen ska ha tydliga roller för vem som ansvarar för vad vid en kris, samt att arbetssättet följs enligt beslutade rutiner.

9 Uppföljning och justering

Arbetet med att utveckla kommunikationen kommer att följas upp kontinuerligt. Utvärdering kommer att göras på olika sätt.

- Uppföljning av statistik från kontaktcenter, externwebben och annat som kan ge en indikation kring hur vi hanterar vår kommunikation.
- Uppföljning av hur nämndens och verksamheternas arbete har framställts i media.
- Uppföljning och utvärdering av arbetet utifrån kommunikationsplaner.
- Utvärdering av kvaliteten på olika kommunikationsinsatser under året för att fortsätta att utveckla arbetssätten.
- Uppföljning och utvärdering av hur nämnden har hanterat kommunikationen vid eventuell kris eller extraordinär händelse.