



Krokoms
kommun
KROKOMEN TJÄLTE

Kommunikationsstrategi

2017–2020

Version 17
Beslutad i KS



Krokoms kommuns styrdokument

STRATEGI – avgörande vägval för att nå målen

PROGRAM – verksamheter och metoder i riktning mot målen

PLAN – aktiviteter, tidsram och ansvar

POLICY – Krokoms kommuns hållning

RIKTLINJER – rekommenderade sätt att agera

REGLER – absoluta gränser och ska-krav

Fastställt av: Kommunstyrelsen

Datum: 13 september 2017

För revidering ansvarar: Kommunikationsenheten

Dokumentet gäller för: Hela organisationen

Dokumentet gäller till och med: 31 december 2020

Förord

Krokoms kommun är något så ovanligt som en inlandskommun som växer. Men vi kan inte luta oss tillbaka och tro att vi ska fortsätta att växa. Vi står inför stora utmaningar och behöver göra allt vi kan för att vara den arbetsgivare medarbetarna väljer och den kommun där medborgarna trivs och dit många vill flytta.

Vi behöver fortsätta att lägga all vår energi och kraft på att varje dag göra vårt bästa i den del av verksamheten som vi befinner oss i. Vi behöver också tänka nytt och kreativt så att vi hänger med i utvecklingen och vi behöver ha förmågan att omsätta våra idéer i handling.

Allt det här ska vi berätta om. Den här kommunikationsstrategin talar om hur vi ska göra för att på bästa sätt dela med oss av vår bild av Krokoms som en kommun att vara stolt över och som är hållbar, företagsam och har mycket växtkraft.

Jonas Törngren
Kommundirektör

Åsa Sjödin
Kommunikationschef

Innehåll

1	Inledning	7
2	Vision och syfte	8
2.1	Vår vision	8
2.2	Syfte med vår kommunikation	8
3	Målgrupper och kommunikationsmål	9
3.1	Våra målgrupper	9
3.2	Kommunikationsmål	9
4	Profil – hur vi vill uppfattas	11
4.1	Varumärkeslöfte	11
4.2	Budskap	11
5	Strategiska vägval	12
5.1	Det ska vara öppet och enkelt	12
5.2	Vi strävar efter dialog och delaktighet	12
5.3	Vi tror på kommunikativt ledarskap	12
6	Roller och ansvar	13
7	Uppföljning	14

1 Inledning

Krokoms kommun är en attraktiv kommun att leva, vistas och driva verksamhet i. En kommun att vara stolt över och som är hållbar, företagsam och har mycket växtkraft.

För varje år växer Krokoms kommun; vi blir fler invånare och fler får jobb runt om i kommunen. Sedan 2002 har befolkningen vuxit med mer än 800 personer. Vid årsskiftet 2016–17 var invånarantalet 14 843 personer. Vårt mål är att vi ska ha ökat till 16 000 medborgare år 2030.

En viktig nyckel till att vara en attraktiv kommun är att erbjuda invånarna god service med god kvalitet. Att näringslivet ges ett gott bemötande och bra service för att underlätta företagens möjligheter att utvecklas och skapa sysselsättning är en annan. Att vara en attraktiv arbetsgivare är naturligtvis också av yttersta vikt med tanke på den rekryteringsutmaning vi står inför.

Genom att hela tiden ha som målsättning att göra nästa dag bättre än idag når vi längre. Ett gott ledarskap en viktig förutsättning för friska medarbetare som trivs bra på sin arbetsplats. Vi behöver vara snabba i beslut och handling och samverka inom och mellan nämnder och förvaltningar. Ett bra bemötande och en god tillgänglighet är också viktigt för oss.

Krokoms kommuns varumärke är någonting som vi bygger inifrån – tillsammans! Kommunikationsstrategin har därför ett medvetet internt huvudfokus. Styrkan i vårt varumärke bestäms först och främst av kvaliteten på vår service och våra verksamheter. En viktig målsättning är att stärka alla medarbetares kunskap och medvetenhet om kommunikationens betydelse.

Vår ambition är att Krokoms kommun ska vara en kommunikativ organisation. Vi tror att en framgångsfaktor för att lyckas med detta är att jobba för ett kommunikativt ledarskap¹. Det innebär att chefer prioriterar och använder sig av medveten strategisk kommunikation i sin arbetsvardag för att på så sätt stärka verksamheten. Det kommunikativa ledarskapet är ett av de tre strategiska vägvalen vi har identifierat i strategin. De övriga är att vi strävar efter att det ska vara öppet och enkelt samt att vi strävar efter dialog och delaktighet.

Att jobba långsiktigt och konsekvent utifrån en gemensam kommunikationsstrategi innebär att vi tillsammans gör en förflyttning. Vi beskriver vår önskade förflyttning så här: *Från lagom till bäst när det gäller utveckling och tillväxt*. Den här kommunikationsstrategin beskriver hur vi ska lyckas!

¹ Begreppet kommunikativt ledarskap baserar sig på Mittuniversitetets forskning i ämnet. Vi utgår ifrån forskningens definition av begreppet i strategin (se sidan 12). Forskningsprojektet leds av docent Catrin Johansson och genomförs av forskargruppen CORE (Communication Organization Research Education).

2 Vision och syfte

Kommunikation är ett viktigt verktyg för att vi ska uppnå övergripande mål och vision. Krokoms kommun ska därför hela tiden sträva efter att utvecklas till en än mer kommunikativ organisation.

2.1 Vår vision

Krokoms kommun gör plats för växtkraft.

Krokoms kommun är en attraktiv kommun att leva, vistas och driva verksamhet i. En kommun att vara stolt över och som är hållbar, företagsam och besitter mycket växtkraft.

2.1.1 Visionsmål

Krokoms kommun ska gå från lagom till bäst när det gäller utveckling och tillväxt.

För att nå vårt visionsmål måste vi börja inifrån – det är något vi gör tillsammans alla vi som arbetar i Krokoms kommun! Vi gör plats för växtkraft genom att vara modiga, nära och pålitliga. Här är alla välkomna. Dessa fyra ord – välkomnande, modig, nära och pålitlig – är våra kärnvärden:

Välkomnande – Här är alla välkomna! Vi välkomnar också återkoppling och granskning, vår inställning är att det utvecklar oss och verksamheten.

Modig – Vi är företagsamma och arbetar med ständiga förbättringar. Vi har mod att anta utmaningar, vi tänker annorlunda och vi vågar fatta – och stå för – beslut.

Nära – Vi är tillgängliga och sätter dem vi finns till för i första rummet. Att vara på plats där det händer är viktigt för oss. Vi är personliga och lyhörda i våra möten.

Pålitlig – Man kan lita på oss! Vi är professionella, tänker långsiktigt och arbetar hållbart. Vi strävar efter att göra kloka val på alla plan.

Våra kärnvärden bildar tillsammans vårt varumärkeslöfte. Vi skriver inte ut varumärkeslöftet i vår kommunikation. Däremot vill vi att alla som möter någon som representerar Krokoms kommun ska uppleva att det som står i varumärkeslöftet stämmer. Läs mer om vårt varumärkeslöfte under rubriken *Profil – hur vi vill uppfattas* på sidan 11.

2.2 Syfte med vår kommunikation

Information från Krokoms kommun ska alltid vara saklig, korrekt, snabb och i överensstämmelse med fattade beslut. Den som kommunicerar i frågan ska vara trovärdig, öppen och ärlig. Både språket och innehållet ska vara lättillgängligt och enkelt att förstå. Vår information ska alltid utgå från målgruppen och därför anpassas efter den. Beslutsunderlag ska vara tydliga och enkla att förstå. Ambitionen skall vara att alltid ge information först internt och därefter externt.

När vi tar hänsyn till kommunikationsperspektivet i till exempel projekt, samarbeten och förändringsprocesser ökar chansen att syfte och mål uppnås. Utan tillräcklig och tydlig kommunikation riskerar vi också onödig ryktesspridning, spekulationer och oro.

3 Målgrupper och kommunikationsmål

3.1 Våra målgrupper

Målgrupperna är indelade i tre huvudgrupper:

- Interna målgrupper
- Invånare
- Externa målgrupper

Målgrupperna kan delas upp ytterligare i undergrupper:

- Interna målgrupper
 - × Medarbetare
 - × Förtroendevalda
 - × Ambassadörer
- Invånare
 - × Boende i kommunen
 - × Företagare i kommunen
- Externa målgrupper
 - × Presumtiva medborgare
 - × Presumtiva medarbetare
 - × Kommunmedlem
 - × Näringsliv
 - × Föreningar, organisationer
 - × Besökare, turister
 - × Utbildningssektorn
 - × Media och informationsförmedlare
 - × Politiker och politiskt styrda organisationer

3.2 Kommunikationsmål

3.2.1 Övergripande kommunikationsmål

Krokoms kommun är en kommunikativ organisation med kommunikativa ledare.

Krokom är en kommunikativ organisation när

- Kommunikationen används för att nå våra mål
 - × Kommunikativa effekter vägs in i beslutsprocessen
 - × Kommunikationen används planerat och strukturerat och utvärderas till stöd för verksamhetens mål
 - × Kommunikationen skapar värde
- Chefer och medarbetare blir allt bättre på kommunikation och är föredömen
 - × Alla i organisationen har den information de behöver för att lyckas med sitt uppdrag – eller vet var de kan få tag på den
 - × Kommunikationen är genomtänkt, målgruppsinriktad och bidrar till en hög kvalitet på tjänster och service
 - × Kommunikatörer utgör ett stöd till ledningen
- Kommunikationen stärker varumärket Krokoms kommun
 - × Kommunikationen gör det lätt för våra målgrupper att göra rätt

- × Kommunikationen skapar rätt förväntningar på service, tjänster och utvecklingsområden
- × Medborgarna har insyn och möjlighet att påverka

En kommunikativ ledare

- Coachar, lyssnar och ger medarbetare eget ansvar
- Skapar strukturer som underlättar arbetet
- Formulerar tydliga förväntningar på kvalitet, produktivitet och professionalism
- Är tillgänglig, respektfull och bryr sig om medarbetarna
- Löser problem, ger och söker feedback och talar för sin enhet
- Ger inriktning och hjälper andra att nå sina mål
- Gestaltar medvetet budskap och händelser
- Möjliggör och stödjer meningsskapande

4 Profil – hur vi vill uppfattas

Alla verksamheter inom Krokoms kommun ingår i en koncern med ett gemensamt varumärke. Styrkan i vårt varumärke bestäms först och främst av kvaliteten på vår service och våra verksamheter. Krokoms kommuns varumärke är därför någonting som vi bygger inifrån – tillsammans!

Med profil menar vi den bild vi vill att omvärlden ska ha av Krokoms kommun. Vi vill att Krokoms kommun ska uppfattas som en kommun med växtkraft. Det beskriver det som är unikt, att som liten kommun i Norrlands inland ha en positiv befolkningsutveckling och ligga i topp när det gäller nyföretagande.

4.1 Varumärkeslöfte

Vårt varumärkeslöfte har sin utgångspunkt i våra kärnvärden. Alla som möter någon som representerar Krokoms kommun ska uppleva att det som står i varumärkeslöftet stämmer.

I Krokoms kommun är alla välkomna! Vi välkomnar också återkoppling och granskning, vår inställning är att det utvecklar oss och verksamheten. Vi är företagsamma och arbetar med ständiga förbättringar. Vi har mod att anta utmaningar, vi tänker annorlunda och vi vågar fatta – och stå för – beslut.

Vi är tillgängliga och sätter dem vi finns till för i första rummet. Att vara på plats där det händer är viktigt för oss. Vi är personliga och lyhörda i våra möten. Man kan lita på oss! Vi är professionella, tänker långsiktigt och arbetar hållbart. Vi strävar efter att göra kloka val på alla plan.

4.2 Budskap

Den bästa kommunikationen har sin grund i handling. Budskapet bärs fram av goda exempel på aktiviteter som bevisar att Krokoms är både attraktiv och kreativ och samtidigt åstadkommer något. Som grund för våra budskap ligger vår kommunikativa plattform.

4.2.1 Kommunikativ plattform

Krokoms lockar. Krokoms kommun är en attraktiv kommun att leva, vistas, arbeta och driva verksamhet i. Här är alla välkomna!

Krokoms tänker nytt. I Krokoms finns det som möjliggör nytänkande och kreativitet; självförtroende, stolthet, mångfald, ungdomlighet, eldsjäl, lokalt engagemang och mod.

Krokoms gör. Det är här det händer! Kommunen vågar satsa, företag startas och människor tror på utveckling, är kreativa och handlingskraftiga.

5 Strategiska vägval

Vi har identifierat följande strategiska vägval:

- Det ska vara öppet och enkelt
- Vi strävar efter dialog och delaktighet
- Vi tror på kommunikativt ledarskap

5.1 Det ska vara öppet och enkelt

Så långt det är möjligt ska vi sträva efter full öppenhet. Att informera internt först är en självklarhet. Att uttrycka sig på ett enkelt sätt är ett viktigt verktyg både internt och externt. Använder vi krångliga ord verkar vi otillgängliga och bygger murar. Ett enkelt språk med tydliga budskap är välkommande och inger förtroende².

Vi strävar efter att vår digitala kommunikation ska vara enkel, öppen och effektiv med målet att den blir det naturliga förstahandsvalet. Den ska ge en enklare vardag för invånare, besökare, företag och medarbetare³.

Vår ambition är att våra medarbetare ska ha tillgång till modern teknik, effektiva system och väl fungerande processer för att utföra sitt arbete. Medborgarna förväntar sig alltmer att kommunens service och tjänster ska kunna nås oavsett när man har behov av att nå dessa.

5.2 Vi strävar efter dialog och delaktighet

I en stor organisation som Krokoms kommun är det viktigt att det är enkelt att kommunicera. Därför ska ansvarsfördelningen vara tydlig och informationen lätt att hitta. Vi strävar efter att alla ska komma till tals och vi har flera kanaler som tillsammans gör det enkelt för varje medarbetare att framföra sin synpunkt.

Demokrati är mycket mer än att rösta vart fjärde år. I Krokoms kommun ska medborgarna ha inflytande över kommunens utveckling och därför satsar vi på medborgardialog⁴. Det finns egentligen ingen fråga som inte medborgarna kan tycka till om, förutom beslut som rör enskilda individer. Medborgardialog handlar om att se medborgarnas kunskaper som en tillgång för att forma framtidens kommun.

5.3 Vi tror på kommunikativt ledarskap

Undersökningar visar att chefen är den allra viktigaste kanalen för information till medarbetare. Chefen behöver ha rätt förutsättningar för att kunna uppfylla det ansvaret. Kommunikativa ledare ska bidra till att utveckla kommunikativa medarbetare.

Ett kommunikativt ledarskap handlar om att engagera medarbetare i dialog, ge och söka återkoppling, involvera medarbetare i beslutsfattandet samt att uppfattas som en öppen och närvarande ledare. Det tar vi fasta på i Krokoms kommun och ett kommunikativt ledarskap är därför en viktig del av hur vi ser på det goda ledarskapet.

² Läs mer om vikten av att skriva enkelt i Klarspråkshandboken som arbetades fram under 2015.

³ Läs mer i IT-strategin (antagen i november 2016).

⁴ Läs mer om medborgardialog i strategin för medborgardialog (antagen i september 2016).

6 Roller och ansvar

Kommunstyrelsen beslutar om kommunikationsstrategin.

Kommunstyrelsens ordförande är kommunens främsta företrädare och talesperson externt.

Nämndernas ordförande har övergripande ansvar för kommunikationen, internt och externt, inom sina ansvarsområden.

Kommundirektören ansvarar för att kommunikationsstrategin förankras och efterlevs i organisationen. Har huvudansvaret för all kommunikation, internt, externt och gentemot styrelsen och är kommunens främsta talesperson internt.

Kommunikationschefen ansvarar för att planera, genomföra och följa upp planerade kommunikationsaktiviteter. Ansvarar för utvecklingen av den interna och externa kommunikationen.

Alla chefer har kommunikationsansvar inom sitt verksamhetsområde, gentemot sina medarbetare, sin chef och medborgare. Detta innebär att göra information begriplig, att prioritera och skapa förståelse kring information och beslut. Internt ska chefen också skapa utrymme för dialog och delaktighet, bland annat kring kommunens vision och mål. Cheferna ansvarar för att genomföra arbetsplatsträffar, utvecklingssamtal och ta initiativ till andra interna aktiviteter. Alla chefer ansvarar för kontakten med journalister i frågor som rör den egna verksamheten.

Varje medarbetare har kommunikationsansvar gentemot sin närmaste chef, övriga medarbetare och medborgare. Medarbetaren ska ställa krav på relevant och begriplig information och tid för dialog. Medarbetaren ansvarar också för att själv söka och ta del av information. Alla medarbetare har en grundlagsskyddad rätt att uttrycka sig i media.

7 Uppföljning

En viktig del av uppföljningen av kommunikationsstrategins efterlevnad sker genom de verksamhetsplaner som tas fram inför varje nytt år. Följande verksamhetsplaner innehåller mål som är aktuella inom område kommunikation:

- Kommunledningsförvaltningen
- Staben (kansli, personal, IT med flera enheter)
- Kommunikationsenheten
- Respektive förvaltning

Uppföljning kan ske på följande sätt:

- Medborgarundersökning
- Medarbetarundersökning
- Företagsundersökningar
- Egna marknadsundersökningar, till exempel om kännedom och association om Krokoms kommun
- Egna uppföljningar bland besökare, samarbetspartner med flera
- Webbstatistik, internt och externt
- Mediabevakning