



# Seljord

---

## Kommunikasjonsstrategi





## Innholdsfortegnelse

1.0	Bakgrunn.....	3
2.0	Formål .....	4
3.0	Visjon for kommunikasjonsarbeidet .....	4
4.0	Status, utfordringar og moglegheiter .....	5
5.0	Kommunikasjonsmål.....	5
6.0	Kommunikasjonsprinsipp .....	6
7.0	Målgrupper .....	6
8.0	Bodskap.....	7
9.0	Bodskapstilpassing.....	7
10.0	Kanalval .....	8
11.0	Kanalprioritering .....	10
12.0	Rollefordeling.....	10
13.0	Innholdsplan – årshjul.....	11



# 1.0 Bakgrunn

Kommunelovas §4 seier at kommunen skal drive aktiv informasjon om sin verksemd.

Alt Seljord kommune gjer er kommunikasjon.

Politiske vedtak, økonomisk forvaltning, omgjevnadane sine forventningar, midlar som disponerast, måten kommunen møter mediene på, nettsider og andre digitale flater, trykksaker som publiserast – alt er kommunikasjon.

Det kviler difor eit stort ansvar på kommunen. Tillit, openheit og transparens er avgjerande. Korleis Seljord kommune lukkast med dette, avheng av korleis kommunen kommuniserer med omgjevnadane. Det er aktørane rundt som definerer kven kommunen er ut frå korleis den opplevast. Innbyggjarar og omkringliggande aktørar har tydelege forventningar til kommunen kva angår ein proaktiv tilnærming til offentlege openheitsprinsipp. Kommunikasjon er nøkkelen.

Ein kommunikasjonsstrategi er eit verktøy for å nå kommunens målsettingar. Strategien sjåast i et todelt perspektiv: For politisk leiing er den eit strategisk rammeverktøy, mens den for administrasjonen er eit praktisk planverk.

Strategien sorterer og systematiserer kommunikasjonsprinsipp, målsettingar, målgrupper, bodskapsval, rollefordeling og kanalprioriteringar. Den ryddar og definerer kvar, når og korleis Seljord kommune skal kommunisere med sine omgjevnadar.

Strategien spring ut frå Seljord kommune sine hovudstrategiar, og byggjer på kommunens visjon og verdiar. Strategien inneheld tydelege mål, og byggjer på ei målretta analyse av omgjevnadane. Målgrupper kategoriserast som primære og sekundære kva angår kommunikasjon. Bodskap og kommunikative prinsipp er definert, og strategien bestemmer kva som skal være kommunikasjonens etterlatne inntrykk. Videre inneheld strategien kanalgrupperinger med tilhøyrande strategiar for den enkelte gruppering. Dette spring vidare ut i en konkret plan for dei aktivitetar og tiltak kommunen skal gjennomføre – eit årshjul. Strategien saman med årshjul og designmanual tar i seg presentasjonar, arrangement, grafisk profil, visuell identitet, mediehandtering, redaksjonell omtale, sosiale medier, digitale flater, nettsider, rapporter, trykksaker med meir.

God kommunikasjon er ei investering som gjer avkastning.

Kommunikasjonsstrategien skal bygge Seljord kommune sitt omdømme, og være det bærande elementet i kommunens merkevarebygging.

Seljord kommune skal nå mange med sin kommunikasjon og har mange interessentgrupper å treffe med ulike bodskap. Det er derfor avgjerande at kommunikasjonsstrategien blir godt og brent forankra i organisasjonen.

Kommunikasjonsarbeidet leiast av administrasjonen, og involverer politisk leiing på avgjerande vegval og tiltak.



## 2.0 Formål

Seljord kommune skal være trygg og planmessig i møte med omgjevnadane.

Kommunikasjonsaktivitetane skal framstå profesjonelle, strukturerte og koordinerte, og gjenspeile kommunens organisasjonsverdier.

Kommunikasjonsstrategien skal sikre god dialog med Seljord kommune sine innbyggjarar, og gjennom dette styrke lokaldemokratiet. Aktiv kommunikasjon bidrar til å sikre kunnskap om omgjevnadane, og med det betre moglegheiter for å tilpasse kommunal tenesteyting, tilrettelegging og forståing.

Kommunikasjon skal vere ein sentral, integrert og naturleg del av all planlegging og myndigheitsutøving.

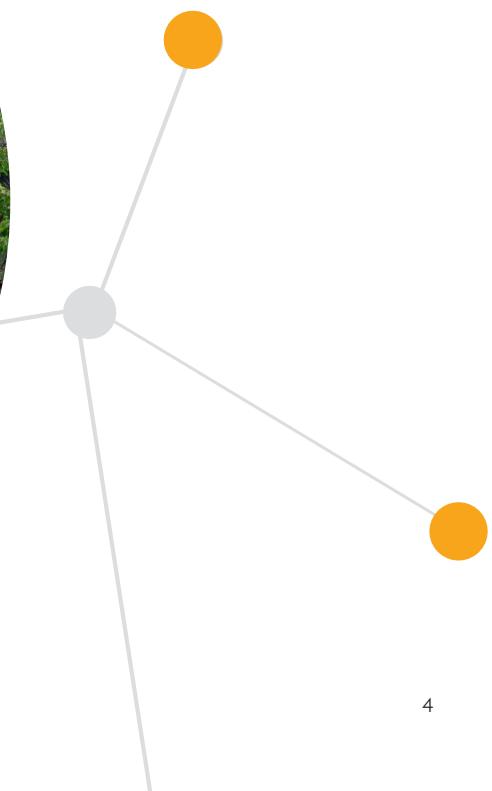
Kommunikasjon skal brukas som eit verkemiddel for å nå kommunale mål, og utvikle Seljordsamfunnet.

## 3.0 Visjon for kommunikasjonsarbeidet

Seljord kommune sin visjon lyder: «Det gode vertskap».

Visjonen for kommunikasjonsarbeidet blir da naturlig uteia til å lyde:

Alle opplever at Seljord kommune er godt vertskap.



## 4.0 Status, utfordringar og moglegheiter

Seljord kommune leverer gode tenester til sine omgjevnadar. Kommunen er ein framoverlent organisasjon med stort engasjement, og sterkt fagleg kompetanse. Kommunen representerer og yter eit brent spekter av tilbod og tenester. Det er kort avstand i kommunen, og enkelt å møtast på tvers.

Det opplevast tidvis krevjande å få heile organisasjonen «med seg». Organisasjonen er av natur fragmentert gjennom det breie spekteret av tenester og fagområde. Det saknast ein heilskapleg kultur. Organisasjonen kan oppfattast som noko «gamaldags», utan at det er negativt lada. Det er ein svakheit at det ikkje er ei eiga stilling som arbeider kun og dedikert med kommunikasjon.

Visjonen «det gode vertskap» er brent forankra i kommunen som organisasjon, og blant kommunens innbyggjarar. Samtidig er det et potensial i å fylle visjonen med konkret og felles forstått innhald. Det ligg betydelege moglegheiter i å formidle gode historier som understøtter visjonen. Dette kan blant annet gjerast ved å trekke fram kompetansen som ligg i kommunens organisasjon. Kommunen kan utnytte både tradisjonelle og moderne kommunikasjonsverktøy betre enn i dag. Potensialet er stort i å bruke kommunikasjon som omdømmebyggjar.

Kommunens største hinder for å lukkast med kommunikasjonsarbeidet er at det tidvis er krevjande å finne og samle relevant, oppdatert og aktuell informasjon, og å spreie denne hensiktsmessig. Ein uklar strategi, og diffuse ansvarsområde knytt til kommunikasjon, framstår som den største trusselen mot å nå oppsette mål.

## 5.0 Kommunikasjonsmål

Kommunikasjonsmåla skal gje konkret retning for kommunikasjonsarbeidet, og danne utgangspunktet for innhaltsplan/årshjul.

Følgande mål er definert:

1. Innbyggjarane i Seljord skal ha god kunnskap om kommunen
2. Kommunen skal kommunisere opent, transparent og profesjonelt
3. Kommunikasjonen skal bidra til engasjement, involvering og deltaking både internt og eksternt
4. Kommunen skal framstå som en kompetent forvaltar
5. Omgjevnadane skal forstå kommunens rolle



## 6.0 Kommunikasjonsprinsipp

Kommunen skal være samordna, og ha ein felles og gjenkjenneleg profil, i sin kommunikasjon med omgjevnadane. Dette sikrast gjennom felles forankra kommunikasjonsprinsipp. Desse prinsippa skal fungere som ein sjekkliste ved all kommunikasjonsaktivitet:

1. Aktiv og i forkant – tidleg ute
2. Godt forberedt
3. Koordinert
4. Open
5. Forståeleg språk
6. Respektfullt
7. Betydningsfullt

## 7.0 Målgrupper

Med målgrupper meinast dei personar, organisasjonar eller andre grupperingar i omgjevnadane som kommunen retter sin kommunikasjon mot.

Seljord kommune si viktigaste målgruppe er alltid innbyggjarane.

Kommunens tilsette er viktige ambassadørar for kommunen. Derfor er eigne tilsette ei høgt prioritert målgruppe å nå – og heilt avgjerande for å oppfylle kommunikasjonsprinsippa.

Strategien deler mellom sekundær- og primærmålgrupper, der dei primære prioriterast når det er nødvendig.

### Primærmålgrupper

- Kommunens innbyggjarar
- Kommunens administrasjon
- Kommunens andre tilsette
- Tillitsvalte, verneombod o.l.
- Einingsleiarar
- Oppvekst- og skule
- Helse- og omsorgstenesta
- Politikarar
- Potensielle nye innbyggjarar

### Sekundærmålgrupper

- Næringsliv
- Utdanningsinstitusjonar
- Lag og foreiningar
- Fylkeskommunen
- Nabokommunar
- Medier



## 8.0 Bodskap

Bodskapet det som kommunen som avsendar formidlar eller sender til sine mottakarar.

Bodskapsutforminga bestemmer Seljord kommunes etterlatne inntrykk. Dette skal alltid stå i stil med verksemdas organisasjonsverdiar:

Kommunen skal i sin kommunikasjon etterlate et inntrykk av at kommunen:

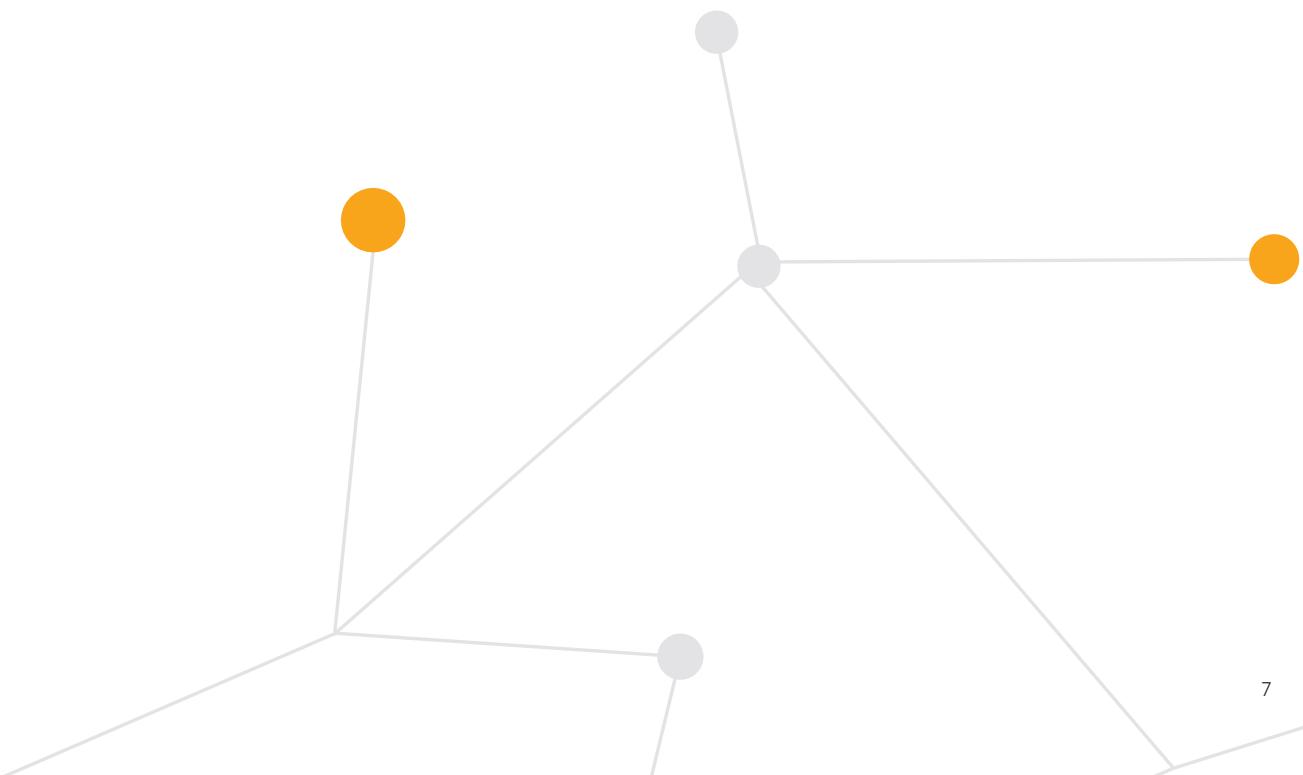
- er tilstades for Seljordsamfunnet
- utgjer ein positiv forskjell for innbyggjarane
- er raus
- er likeverdig i sin dialog med innbyggjarar og omgjevnadar
- involverer og inviterer
- er ein tillitsfull forvaltar
- er kompetent
- er ein «JA-kommune»

Seljord kommune sitt viktigaste etterlate inntrykk skal være at i Seljord er det ME – ikkje dykk og oss.

## 9.0 Bodskapstilpassing

God kommunikasjon kjenneteiknast av at mottakar oppfattar og forstår bodskapet i tråd med avsendars meinig.

Det føreset at bodskapet tilpassast mottakar. Avsendar må sikre at kunnskapen om mottakar er god, språket føres i samhøve med mottakars profil, og kanalval er hensiktsmessig og sikrar overføring av bodskapets meiningsinnhald. I dette ligg også at kommunen må bruke andre språk enn norsk der det er påkravd eller hensiktsmessig.

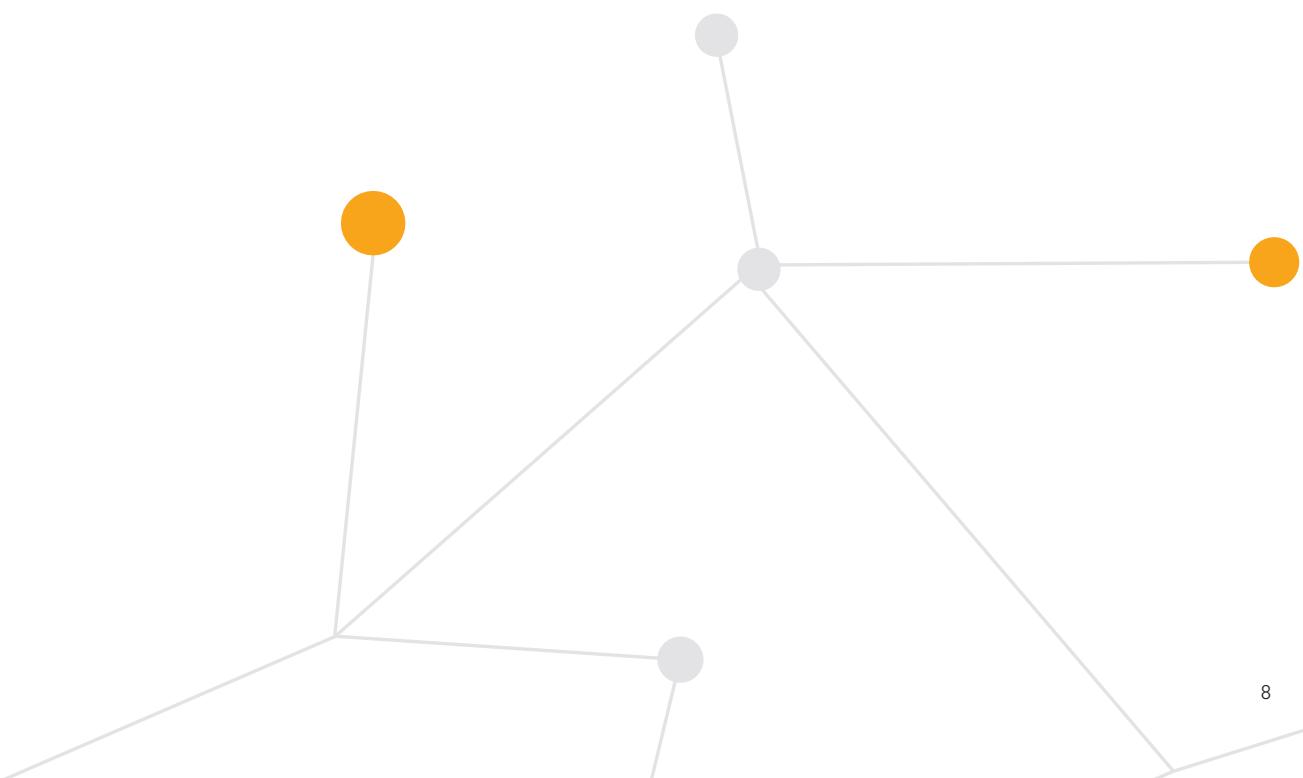




## 10.0 Kanalval

Med kanal meinast det mediet eller den flata som formidlar eit bodskap til omgjevnadane. For at eit bodskap skal nå fram, må kanalvalet vere tilpassa målgruppa.

For å nå fram effektivt skal ein som grunnregel kommunisere på tvers av kanalar, og nytte fleire flater samtidig. Eksempel på dette er at saker som leggjast på nettsida delast på Facebook.



Kanalane kategoriserast på følgande måte:

Merk at ein her kjem med både mål og innhaldseksempel. Dette er naturleg å flytte saman med innhaldsplanen, men det linkast her nå, for å synleggjere korleis ein tenkjer samanhengen.

## 1. Eide kanalar:

- Kommunens nettsider
- Intranett
- Mål: Alltid først.  
Truverdig, nyttig og oppdatert informasjon
- Eksempel på innhald: Søknadsfristar, oppstart planarbeid, beredskap, behandling av politiske saker, opningstider, renovasjonskalender, kommunens tilsette, søk.  
Basert på årshjul slik at nettsida alltid opplevast dynamisk og oppdatert.

## 2. Fortente kanalar:

- Redaksjonell omtale
- Mål: Bygge omdømme.  
Positive nyheter om kommunens arbeid. Aktiv dialog med redaksjonelle medier.
- Eksempel på innhald: Nye innbyggjarar, kva skjer, vise kompetanse og måloppnåing, eksemplar på gode servicetilbod, event og aktivitetar

## 3. Delte kanalar:

- Sosiale medier (Facebook)
- Mål: Alltid først.  
Truverdig, nyttig, oppdatert informasjon. Vise kompetanse, trivsel, fin natur og glade innbyggjarar.  
Gladsaker om kommunen, tilsette, frivillighet, næringsliv og innbyggjarar.
- Eksempel på innhald: Deling frå nettsider og redaksjonelle saker, fem på gata, presentasjon av tilsette – til dømes: «Skuledagboka», «fem kjappe med...», «min favorittstad i Seljord», «dette gledar eg meg til» etc.
- Tips: Ha ein raud tråd i «tone of voice», bildebruk, filter, emojis og språk. Gjerne ha «spalter» med innhald som kjem igjen kvar veke. Oppfordre til kommunikasjon med fylgjarane ved å stille spørsmål. «Korleis har sommaren din vore», «kvar er den finaste staden å bade i Seljord» etc.

## 4. Betalte kanalar

- Kjøpte flater
- Mål: Sikre distribusjon av viktig og lovpålagt informasjon.
- Eksempel: Annonser, kunngjering av stillingar, arrangement, sponsa innhald på Facebook.

## 5. Fysiske kanaler

- Møteplassar – møter, konferansar, kurs etc
- Mål: Skape nærvær og personlege relasjonar, vise ansikt
- Eksempel: Folkemøte, markeringar, møte på arbeidsplassar.



## 11.0 Kanalprioritering

Kommunen skal være bevisst kva for kanalar ein nyttar. Kanalvalet er tett knytt til målgruppe og bodskapsutforming. Desse tre elementa må understøtte kvarandre naturleg. Strategien deler mellom primær- og sekundærkanalar.

### Primærkanalar

- Nettside
- Facebook
- Redaksjonell omtale lokalt
- Servicetorg

### Sekundærkanalar

- Nyheitsbrev
- Redaksjonell omtale regionalt
- Annonser
- Digitale møteplassar
- Webinar
- Instagram

Dette er ikkje ei utfyllande kanalliste. Den vil vere dynamisk og krevje oppdateringar.

## 12.0 Rollefordeling

Strategien bestemmer tydeleg rollefordelinga og rolleforståinga mellom dei ulike aktørane i kommunen. Hovudskiljet går mellom politisk og administrativ leiing. Deretter mellom dei ulike nivåa i administrasjonen. Eit grunnleggande prinsipp vedrørande rollefordeling er at kommunikasjonen frå kommunen skal vere koordinert på tvers og langs desse hovudskilja. Eit anna grunnleggande prinsipp er linjeprinsippet – altså at ansvaret for informasjon og kommunikasjon fylgjer saksansvaret, både for leiarar og medarbeidarar.

### Ordførar

Har kommunens øvste tillitsverv, og er rettsleg representant. Ordføraren skal som grunnprinsipp uttale seg samlande på vegne av politisk leiing, og opptre samlande for kommunens innbyggjarar. Ordføraren er ordførar for alle – spesielt i sin kommunikasjon på vegne av kommunen. Personlege ytringar og meningar tufta på partitilhøyring skal som prinsipp skiljast frå offisiell kommunikasjon. Spesielt merksam skal ordføraren vere i kommunikasjonen i mediene.

Ved kriser skal ordføraren være kommunens ansikt og talsperson utantil.

### Kommunestyre

Kommunestyret skal kommunisere politisk sakshandsaming. Folkevalde skal opptre i samhøve med denne strategien i dei saker ein uttaler seg på vegne av kommunen, eller dei roller ein har i så måte.



## Rådmann

Har ansvar for å kommunisere det faglege grunnlaget, og dei vurderingane og innstillingane som ligg til grunn for politisk handsaming.

Rådmannen har ansvar for å kommunisere kva politisk fatta vedtak i praksis medfører for omgjevnadane, både internt og eksternt.

Rådmannen har det overordna koordineringsansvaret for all kommunikasjon, og skal være tilgjengeleg for henvendingar frå interne og eksterne omgjevnadar. Rådmannen delegerer kommunikasjonsmyndighet i linja.

## Leiarar

Har ansvar for intern og ekstern kommunikasjon innanfor sitt fagområde. Ordinær og enkel kommunikasjon utførast sjølvstendig. Krevjande kommunikasjonssaker skal drøftast med rådmann. I politiske prosessar kan leiarar uttale seg om saker frem til innstilling føreligg frå rådmann. Da overtar rådmannen kommunikasjonsansvaret, men kan delegere til leiar. Leiarar har et særskilt ansvar for å orientere rådmann og kommunikasjonsansvarlege tidleg i prosessar. Vidare skal leiarar være merksame på positive saker som kan lyftast eksternt av kommunen. Leiarar har ansvar for fagleg innhald på nettsidene knytt til sine fagområde. Leiarar har vidare ansvar for at denne strategien implementerast, forståast og etterlevast i sine avdelingar. Kommunikasjon i mediene skal alltid avklarast med rådmann.

## Andre tilsette

Alle tilsette i Seljord kommune skal opptre i tråd med denne strategien. Ein skal vere spesielt merksam på si rolle som ambassadør, ansikt utantil, og som forvaltar av kommunens funksjonar. Tilsette skal aktivt søke informasjon, spesielt om eige ansvarsområde. Tilsette skal aktivt spele inn relevante saker til sin leiar, og på den måten bidra til kommunens både interne og eksterne kommunikasjon. Ekstern kommunikasjon i redaksjonelle mediekanalar skal avklarast og koordinerast med nærmaste leiar.

## 13.0 Innholdsplan – årshjul

Seljord kommune skal årleg utarbeide innholdsplan for kommunikasjonsaktiviteten.

Den skal innehalde konkrete mål, aktivitetar, bodskap, spreiingsflater, publiseringsspesifikasjon og ansvarsfordeling. Denne utformast som eit årshjul. Ulike digitale kanalar legg til rette for å etablere måleindikatorar som fylgjer spreiinga. Desse bør implementerast der det er hensiktsmessig.

Innholdsplan fyljast ut av administrasjonen når strategien er vedtatt.

