

Datum: 2023-06-07

Dokumentansvarig: Kommunikationsenheten

Kanalstrategi förvaltningen för funktionsstöd

Förvaltningen för funktionsstöds kanalstrategi

Innehåll

Kanalstrategi förvaltningen för funktionsstöd.....	1
Förvaltningen för funktionsstöds kanalstrategi	2
För vem gäller strategin?	4
Syfte	4
Så här arbetar vi med våra kanaler	4
Planera din kommunikation.....	4
Kommunikationsmål	5
Externa kommunikationsmål.....	5
Interna kommunikationsmål.....	5
Målgrupper	5
Målgrupper	6
Mäta och utvärdera för framgång.....	6
Kanaler	6
Externa kanaler.....	7
Interna kanaler.....	8

För vem gäller strategin?

Strategin gäller för alla medarbetare och chefer i förvaltningen för funktionsstöd.

Syfte

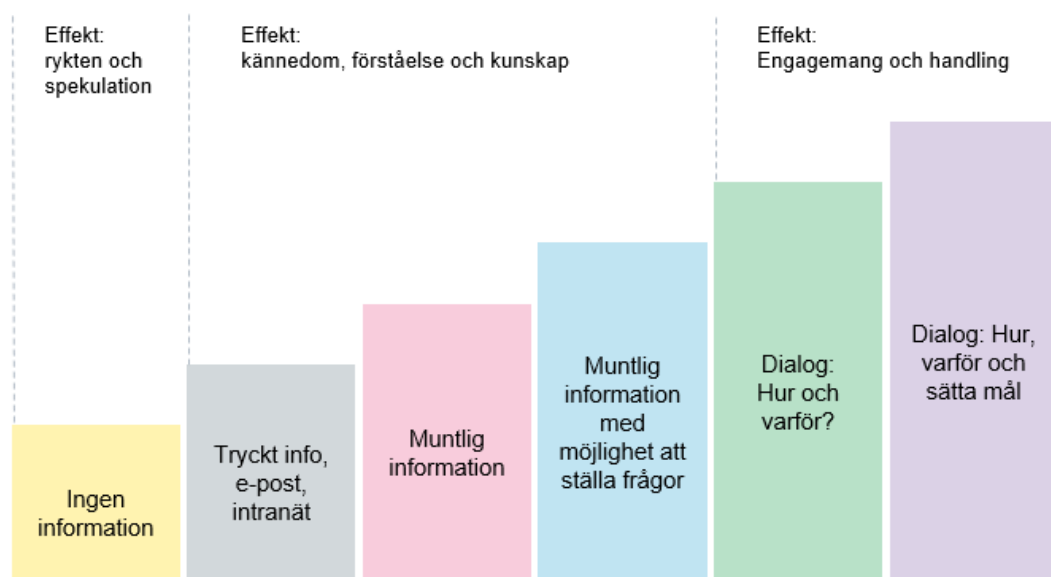
Kanalstrategin är del av förvaltningen för funktionsstöds anvisning för kommunikation och ska bidra till att skapa en gemensam bild av våra kanaler och hur de bäst kan användas. Strategin är ett stöd för att välja rätt kanal, så att kommunikationen ska få önskad effekt.

Så här arbetar vi med våra kanaler

Planera din kommunikation

Vi väljer kanal utifrån den effekt vi önskar hos mottagaren: veta, känna eller göra. Att veta handlar om att ge målgrupper kännedom eller kunskap om något. Att känna handlar om att påverka målgruppers attityder och inställning till något. Att göra handlar om att påverka målgruppers beteende. Ambitionen, eller kommunikationsmålen, är avgörande för valet av kanaler.

Kanalerna ger möjligheter att möta olika effekter. För att uppnå rätt effekt ska kanal väljas med omsorg. Möten är till exempel en utmärkt kanal för effekten känna och göra, medan ett informationsbrev fungerar bra för effekten veta. Under kanallistan i kommande kapitel förklaras vilken kanal som är bra för olika effekter. Digitala kanaler är ofta kostnadseffektiva, när mottagaren snabbt och kan skapa möjlighet till dialog. De målgrupper som är svåra att nå i digitala kanaler ska ha möjlighet att få informationen i andra kanaler.



Ambitionstrappan visar kommunikativ insats jämfört med effekt. Källa: Nordisk kommunikation

Kommunikationsmål

Vår kommunikation ska utgå från våra målgruppers behov och den effekt vi vill uppnå. Utifrån det väljer vi kanal. För att nå ut krävs planering och målgruppsanpassning. Här är de övergripande kommunikationsmålen för förvaltningen för funktionsstöds kommunikation.

Externa kommunikationsmål

Kommunikationen ska bidra till att våra externa målgrupper:

- ska ha lätt att hitta den information de behöver i stadens kanaler och tjänster.
- ska känna tillit till att de får det stöd och den service de behöver och har rätt till.
- tar kontakt med våra verksamheter när de vill och behöver det.
- vet när och vad de kan påverka.
- samarbetet med civilsamhället och andra samarbetspartners utvecklas.

Kommunikationen ska bidra till att vi når förvaltningens mål för kompetensförsörjning.

Interna kommunikationsmål

Kommunikationen ska bidra till att medarbetare och chefer:

- vet sin roll och sitt uppdrag och arbetar utifrån det
- känner engagemang och delaktighet i arbetet
- tar ansvar för att utföra sina uppdrag och att bidra till verksamhetens mål.

Kommunikationen ska bidra till att nämnden:

- känner sig välinformerad

Kommunikationen ska bidra till att fackliga samarbetsparter:

- har information för att kunna ha tidig och fördjupad dialog.

Målgrupper

Målgruppsarbete är centralt i all typ av kommunikation. Du kan inte skapa effektiv kommunikation om du inte har dina målgrupper klara. Du måste veta vem du pratar med när du pratar. Skriv till någon, inte till alla.

Primära externa målgrupper:

- brukare, anhöriga och närstående i verksamheten
- fristående verksamheter
- potentiella medarbetare

Sekundära externa målgrupper:

- invånare
- Västra Götalandsregionen
- Göteborgsregionen
- statliga myndigheter

- civilsamhället
- medier
- invånare i andra kommuner, intressenter

Målgrupper

Primära interna målgrupper

- medarbetare och chefer i förvaltningen för funktionsstöd
- politiker i nämnden för funktionsstöd
- fackliga representanter

Sekundära interna målgrupper

- andra förvaltningar och bolag

Mäta och utvärdera för framgång

Vi ska utvärdera all vår kommunikation för att säkerställa att budskapen når fram och leder till önskad effekt. Sätt därför mätbara mål när du planerar din kommunikation för att kunna göra uppföljning.

Kommunikationsenheten gör löpande mätningar av digitala kanaler, som att ta fram statistik för:

- antalet sidvisningar och unika besökare på förvaltningen för funktionsstöds sidor på goteborg.se och intranätet.
- medarbetarundersökningen är till exempel en mätning där vi får kunskap om det interna kommunikationsklimatet.
- hur frekvent förvaltningen för funktionsstöd omnämns i medier (Retriever)
- vilken effekt våra pressmeddelanden ger (Mynewsdesk)
- sociala medier som förvaltningens LinkedIn

Att mäta och utvärdera ger oss ett underlag för att utveckla våra kanaler och nå högre måluppfyllelse.

Kanaler

Vi når olika målgrupper genom olika kanaler. Det räcker inte alltid med enbart en kanal. För att vara säker på att budskapet når så många som möjligt inom en eller flera målgrupper, kan det vara bra att använda flera kanaler vid olika tillfällen. När vi ska planera kommunikation och välja kanal är det viktigt att vi ställer oss frågorna; Vem vill vi nå? Vad har de för behov, kunskaper och önskemål? Vad vill vi att målgruppen ska veta, förstå, eller göra?

Här följer en lista med våra kanaler. Listan beskriver:

- vilka externa och interna kanaler vi använder
- vem som ansvarar för kanalen
- vem kanalen riktar sig till
- vilket huvudsakligt syfte kanalen har

Externa kanaler

Kanal (ansvar)	Målgrupp	Syfte
Förvaltningen för funktionsstöds kanaler		
Goteborg.se (kommunikationsenheten)	Boende, besökare och näringsliv i Göteborgs Stad och omvärld.	Stadens huvudkanal för att sprida och publicera information, nyheter, e-tjänster och kontaktuppgifter.
Mynewsdesk pressmeddelande/inbjudningar (kommunikationsenheten)	Journalister och omvärld.	Berätta om vad förvaltningen gör och varför. Sätta förvaltningen på kartan och väcka intresse för våra frågor.
LinkedIn (kommunikationsenheten)	Potentiella nya medarbetare samt de som är intresserade av funktionsstödsfrågor.	Attrahera nya medarbetare, berätta vad vi gör och varför, sätta förvaltningen på kartan.
Signage (digitala informationsskärmar)	Besökare i våra verksamheter och medarbetare.	Information som är viktig för besökare och medarbetare, samt berätta om vad vi gör.
Facebook	Brukare, anhöriga, föreningar, medarbetare, potentiella nya medarbetare, intresserade av funktionsstödsfrågor.	Skapa intresse för funktionsstödsfrågor med aktuellt innehåll. Berätta om vad vi gör och varför.
Telefonsamtal (chefer och medarbetare)	Brukare, anhöriga, andra närstående och omvärld	Snabb och direkt dialog
Sms (chefer och medarbetare)	Brukare, anhöriga, andra närstående och omvärld	Snabb och direkt dialog
E-post (chefer, medarbetare)	Brukare, anhöriga, andra närstående och omvärld	Snabb och enkel kommunikation
Microsoft Teams (chefer, medarbetare)	Kollegor i förvaltningen och staden samt omvärld.	Snabb och enkel kommunikation
Trycksaker, broschyrer, affischer och foldrar (verksamheten med stöd från kommunikationsenheten)	Brukare, anhöriga, andra närstående och omvärld	Enkel information
Möten med brukare anhöriga och närstående utvecklingssamtal, inskrivningssamtal, boendesamtal?	Brukare, anhöriga, andra närstående och omvärld	Skapa dialog, mening, lyssna in. Möjlighet för brukare och anhöriga att vara delaktiga i verksamheten och lämna synpunkter.
Rådet för funktionsstöd (Enheten för kvalitet och utveckling)	Brukare från intresseorganisationer	Möjlighet för dialog och påverkan
Anslagstavlor, analoga och digitala i verksamheten (enhetschefer, stödpedagoger och verksamhetsutvecklare?)	Besökare, brukare och andra närstående	Används för enklare information eller att beskriva det dagliga arbetet i verksamheten
Andra kanaler		

Kontaktcenter (demokrati och medborgarservice, övriga förvaltningar)	Brukare, anhöriga, andra närstående och omvärld.	Allmänhetens väg in till Göteborgs Stad.
Medborgarkontor och andra mötesplatser (demokrati och medborgarservice, övriga förvaltningar)	Brukare, anhöriga, andra närstående och omvärld.	Mötesplats för personliga möten, frågor, synpunkter och dialog.
Vårt Göteborg (stadsledningskontoret)	Boende och omvärld	Nyhetskanal på webben för att sprida nyheter och berätta om våra verksamheter.
Mässor (HR - avdelningen och verksamheten)	Brukare, anhöriga, andra närstående och omvärld	Berätta vad vi gör och varför. Föra dialog och öka delaktighet, attrahera nya medarbetare.
Stadsinformationstavlor	Boende och omvärld	Kommunikations kampanjer i offentliga miljöer.

Interna kanaler

Kanal (ansvar)	Målgrupp	Syfte
Intranätet (kommunikationsenheten)	Medarbetare, chefer, nämnd, förvaltningar och bolag i Göteborgs Stad.	Huvudkanal för att sprida och tillgängliggöra intern information relevant för det dagliga arbetet. Här når du styrande dokument.
Närmsta chef	Medarbetare	Skapa dialog, mening och lyssnande. Informera medarbetare.
Nyhetsbrev till alla chefer (kommunikationsenheten)	Chefer och chefsstöd	Information från ledning och stödfunktioner. Förenklar informationsflödet till chefer.
Teams	Medarbetare och chefer,	Enkel, snabb och riktad information.
Samarbetsytor i Sharepoint	Medarbetare och chefer	För att kommunicera, samarbeta och dela dokument.
Telefonsamtal	Brukare, anhöriga, andra närstående och omvärld	Snabb och direkt dialog
Sms	Medarbetare och chefer	Snabb och direkt dialog
E-post	Medarbetare och chefer	Snabb och enkel kommunikation.
Möten	Medarbetare och chefer	Bygga relationer och underlätta samarbete. Skapa gemensamma bilder.
Film, foto, illustrationer och trycksaker (kommunikationsenheten, medarbetare och chefer)	Medarbetare och chefer	Används för information och utbildning. Film används för att väcka intresse, förmedla känslor och skapa engagemang.

Planer för förvaltningens huvudkanaler - Facebook och LinkedIn

För förvaltningens två huvudkanaler i sociala medier, Facebook och LinkedIn, finns nu två planer som kompletterar användandet av kanalerna enligt den grundläggande handboken för sociala medier. Planerna beskriver bland annat hur förvaltningen kan arbeta mer effektivt med kanalerna och dra nytta av varje kanals möjligheter för att nå våra uppsatta mål. Verksamheternas Facebook-konton ligger nu under ett övergripande förvaltningskonto. Det innebär större säkerhet och bättre samarbetsmöjligheter. Då sociala medier är i en ständig förändring, kommer handböckerna att vara levande dokument som uppdateras löpande.

Länk: Förvaltningsplan för förvaltningen för funktionsstöds Facebook-kanal. *(kommer)*

Länk: Förvaltningsplan för förvaltningen för funktionsstöds LinkedIn-kanal. *(kommer)*

Länk Handbok för sociala medier med checklista för att strata och driva ny kanal.

Storytelling

Med hjälp av levande berättelser från förvaltningen kan vi visa upp en intressant och autentisk bild av vad vi gör. Storytelling hjälper oss även att nå ut med våra budskap och få större spridning utan att behöva annonsera. När vi fångar upp och lyfter fram berättelser från medarbetare och chefer i våra verksamheter, väcker vi känslor och skapar engagemang. Varje dag påverkas en halv miljon människor, gamla som unga, av det arbete som vi i Göteborgs Stad utför. Vi är alla med och gör skillnad i människors vardag och de berättelserna vill vi förmedla via storytelling.

Länk: Så jobbar vi med storytelling i förvaltningen för funktionsstöd *(kommer)*

Lokalt nätverk för webborganisation och externa digitala kanaler – Funktionsstöd

I förvaltningen finns ett lokalt nätverk för alla som arbetar med goteborg.se, video och externa digitala kanaler, som till exempel sociala medier. På nätverkets sharepoint hittar du information, nyheter, utbildningar, tips, tricks och mycket annat som kan hjälpa dig i arbetet med förvaltningens digitala kanaler, video och e-tjänster. Vi vill att alla som arbetar med externa digitala kanaler är med i nätverket. Mejla kommunikation@funktionsstod.goteborg.se om du vill vara med i nätverket.