

# Kommunikasjonsstrategi for Rauma kommune

2021- 2024



Sist revidert 13.10.20

## Innhold

1.0. Mål.....	3
2.0 Status.....	3
3. Kommunikasjonsmål og budskap.....	4
4. 0 Målgrupper.....	6
5. 0 Kommunikasjonsprinsipper.....	6
6.0 Roller og kommunikasjonsansvar.....	6
7.0 Retningslinjer for mediekontakt.....	8
8.0 Kanaler.....	9
9.0 Intern kommunikasjonsstrategi og tiltak.....	10
9.1 Elektroniske informasjonskanaler.....	10
9.2 Møtestrukturer og informasjonsdeling.....	11
9.3 Informasjon internt før det går eksternt.....	11
9.4 Kvalitetssikre grafisk profil, maler og språk.....	11
9.5 Omstilling og endring.....	12
9.6 Fellesskap.....	12
9.7 Brukerfokus.....	13
10.0 Eksterne kommunikasjonsstrategi og tiltak.....	14
10.1 Digitalisering/Nettsider.....	14
10.2 Sosiale medier.....	15
10.3 Media.....	16
10.4 Brukerundersøkelser.....	17
10.5 Annonsering, trykkmateriell og skjerm.....	17
10.6 Profilering og visjon.....	18
10.7 Rollen som språknøytral kommune.....	18

## 1. Mål

Rauma kommunes kommunikasjonsstrategi definerer mål, prinsipper og roller skal bidra til at kommunen når sine overordna mål. Raumas samfunnsplan for perioden 2019-2030 definerer fem hovedstrategier for å oppnå ønsket utvikling i denne perioden; regionforstørring, økt tilflytting, næringsvekst, reiselivsvekst, sentrumsutvikling og bygdeutvikling. Målene for disse strategiene er å bidra til en befolkningsvekst på minst 200 personer, minst 200 nye arbeidsplasser og minst 200 nye boliger.

SER Kommunens kommunikasjon med interne og eksterne målgrupper skal basere seg på våre verdier; samarbeidsvillig, ekte og raus. Verdierne kan knyttes til de fleste kommunikasjonsprosessene både internt og eksternt. Kommunen skal være en pådriver for utvikling, yte god sørvis til våre brukere og strekke oss langt for å hjelpe brukere av våre tjenester. Rauma kommunes ansatte er til for å yte god sørvis til våre brukere. Vi er samarbeidsvillige, ekte og rause. Vi skal tenke muligheter først og ikke begrensninger.

Visjon: Verdens beste kommune for naturglade mennesker Raumas kommunes visjon skal fortsette å være en rød tråd i kommunikasjons- og utviklingsarbeidet. Den skal være inkluderende for alle som bor i Rauma og de som kommer på besøk. Visjonen skal fortsette å være en bærebjelke i profileringen av kommunen og integreres i utviklingsarbeidet.

Når begrepet kommunen benyttes omfatter dette hele kommuneorganisasjonen i Rauma kommune; Ledere på alle nivå, ansatte i administrative stillinger, ansatte som yter tjenester/sørvis og politikere. Det er viktig at strategien forankres godt både i administrasjon og i det politiske miljøet. Å jobbe bevisst med kommunikasjon er avgjørende for at kommunen skal oppfylle rollen som tjenesteyter, myndighetsutøver, samfunnsutvikler og sørvisfunksjon.

Begrepsavklaringer:

- Informasjon – kommunikasjon Informasjon: Ensidig formidling av budskap Kommunikasjon: Gjensidig utveksling av budskap mellom to eller flere parter.
- Kommunen som virksomhet – kommunen som samfunn Virksomhet: Direkte knyttet til kommunens tjenester og tjenesteyting. Samfunn: kommunen som helhet. Inkludert naturkvaliteter, næringsliv osv.
- Brukere og Innbyggere. Brukere: Innbyggere i Rauma som benytter seg av våre ulike tjenester. Innbyggere: Alle innbyggere i Rauma, uten at de knyttes til konkrete tjenester.

## 2. Status

Rauma kommune har vært gjennom en periode med mye utviklingsaktivitet med ferdigstilling av store prosjekter og utviklingstiltak, som har satt store krav til kommunikasjonsprosesser. På samme tid har det i det i tjenestene vært en stor oppgradering av administrative systemer. Nesten alle tjenester har fått nye systemer til bruk i saksbehandling og i intern samhandling og ekstern kommunikasjon. Dette har skjedd parallelt med at kommunen opererer innenfor stramme økonomiske rammer noe som gir utfordringer for drift og utvikling av tjenestetilbudene – men også kommunikasjon. Fokuset i den kommende perioden vil være å ta ut gevinsten av disse systemene gjennom bedre intern samhandling og ekstern kommunikasjon, bedre effektivitet og økonomiske/organisatoriske gevinster gjennom bl.a digitaliseringstiltak.

### **Intern kommunikasjon har prioritet**

Omstillingsprosesser, kutt i rammer og tjenesteprioritering er noen eksempler på prosesser som setter særlig krav til kommunikasjon. Våre innbyggere skal holde seg oppdaterte på hva som skjer til en hver tid, og på samme tid skal vi profilere oss som en attraktiv kommune utover våre egne grenser med tanke på tilflytting, turisme og næringsutvikling. Rauma har cirka 600 ansatte fordelt utover hele kommunen i ulike funksjoner og tjenesteområder. Fokus på god intern kommunikasjon er et sentralt tema i strategien og blir prioritert i perioden. God intern kommunikasjon er en forutsetning for å kunne kommunisere godt eksternt. Det gir motiverte og godt informerte medarbeidere, økt eierskap til utviklingstiltak og ansatte som føler tilhørighet til en helhet – Rauma kommune.

### **Raumas omdømme som samfunn og virksomhet**

Rauma er en sterk merkevare – hovedsakelig knyttet til reiseliv. Gjennom målrettet profilering av kommunens kvaliteter som reiselivskommune har vi opparbeidet oss en god posisjon, som legger et godt grunnlag for videre utvikling av reiselivsprodukt som gir merverdi. Merkevarebyggingen har bidratt til at Rauma anses å ha et godt omdømme som samfunn. På samme tid har merkevarebyggingen og utviklingsarbeidet bidratt til å styrke Raumbefolkningens egen identitet. Det må vi bygge videre på.

Rauma kommune har også et annet omdømme; kommunen som virksomhet. Det dreier seg om hvordan brukere av Raumas tjenester oppfatter kommunen som tjenesteyter, myndighetsutøver, samfunnsutvikler og sørvisfunksjon. Her er det sannsynlig at det er et gap i forhold til omdømme til kommunen som samfunn. Det er også nærliggende å tro at kommunens rolle som myndighetsutøver påvirker kommunens omdømme som virksomhet negativt.

Vi har utviklingspotensial på intern og ekstern kommunikasjon innenfor blant annet disse feltene:

- Utnytte digitale muligheter både i intern samhandling, men også i ekstern kommunikasjon med våre brukere.
- Fremstå enhetlig i de ulike kommunikasjonskanalene kommunen har eierskap i
- Utfordring med å få alle kommuneansatte til å dra i samme retning – fremstå enhetlig utad.
- Gode interne kommunikasjonsprosesser, linjer og system
- Brukervennlighet i direkte kontakt med bruker, både skriftlig og muntlig
- Tidlig involvering av ulike interessentgrupper i plan- og endringsprosesser
- Tilgjengelig rettledning på nett og selvbetjeningsløsninger
- Brukervennlighet/tilgjengelighet på tilstrekkelig informasjon på nett.
- Synliggjøring av kompetansen i kommunen

### **3. Kommunikasjonsmål og budskap**

En kommunikasjonsstrategi handler om å prioritere. Hva skal vi være gode på? Hva skal vi legge vekt på i den kommende perioden? Hvordan skal kommunikasjonen bidra til at vi når våre mål? En strategi handler like mye om å prioritere vekk og sette ressursene inn på de tiltakene som sikrer måloppnåelse. Retningsgiveren for denne kommunikasjonsplanen er Rauma kommunes samfunnsplan for perioden 2019-2030.

#### **3.1 Interne mål og budskap**

**Mål:**

- Vi skal legge best mulig til rette for god intern informasjonsflyt i organisasjonen, og bidra til økt eierskap til kommunens prosesser, økt kunnskapsdeling, styrket fellesskapsfølelse og mer motiverte medarbeidere.
- Vi skal prioritere intern kommunikasjon, som er en forutsetning for god ekstern kommunikasjon.
- Vi er bevisste på vår rolle som sørvisfunksjon, tjenesteyter, myndighetsutøver og samfunnsutvikler med utgangspunkt i kjerneverdiene våre.

**Budskap:**

- Vi er til for brukerne våre – vi skal strekke oss for å yte sørvis utover det som forventes. Vi skal se på mulighetene før vi ser på eventuelle begrensninger.
- Vi skal styrke fellesskapsfølelsen gjennom samarbeid og aktiv kunnskapsdeling i organisasjonen. Vi SER verdien av åpenhet og informasjonsdeling i alle ledd i organisasjonen.
- Vi er Samarbeidsvillige, Ekte og Rause.
- Vi er åpne for innspill og nye ideer – Inkluderende

**3.2 Eksterne mål og budskap****Mål:**

- Vi skal legge til rette for økt digitalisering av tjenestene våre og selvbetjeningsløsninger.
- Vi skal kommunisere på en måte brukerne våre forstår. Forenkling av språk og innhold (tilstrebe klarspråk).
- Rauma skal fremstå som en åpen, offensiv og fremtidsrettet kommune som kjennetegnes av våre kjerneverdier i brukerkontakt.
- Politiske saker skal presenteres i en enkel form gjennom egnet kommunikasjonskanal. Vi skal oppfordre innbyggere til å gi innspill også digitalt.
- Informere om våre tilbud og tjenester. Vi skal være tydelig og kommunisere enkelt med våre brukere.
- Vi skal fremstå som en attraktiv kommune for reiseliv og som en tilrettelegger for utvikling av eksisterende og ny næringsvirksomhet – vi skal styrke vårt omdømme som verdens beste kommune for naturglade mennesker.
- Vi skal fremstå som er framtidsrettet og attraktiv kommune å flytte til og aktivt kommunisere våre kvaliteter og muligheter som finnes i kommunen.

**Budskap:**

- Vi er aktive tilretteleggere for ny næringsvirksomhet og videreutvikling av eksisterende næringsliv. Rauma kommune går foran som en aktiv utvikler i kommunen.
- Vi skal være inkluderende og åpne i alle prosesser og praktisere meroffentlighet. Åpnere enn det som kreves.

- Det skal være lett å benytte våre selvbetjeningsløsninger, som vil bidra til en «døgnåpen» kommunal forvaltning. Vi legger til rette for at du kan gjøre mest mulig selv hjemmefra.
- Vi strekker oss langt for å yte god sørvis og realisere våre brukeres prosjekter og initiativ.
- Rauma er verdens beste kommune for naturglade mennesker, og dyrker verdiene våre; Samarbeidsvillig, Ekte og Raus.

#### 4. 0 Målgrupper

##### Interne målgrupper

- Ansatte og tillitsvalgte/fagforeninger i Rauma kommune
- Politikere

##### Eksterne målgrupper

- Selskaper Rauma kommune har eierskap i
- Innbyggere i Rauma kommune
- Potensielle innbyggere
- Turister
- Eksisterende og potensielt nytt næringsliv
- Brukergruppene
- ROR- kommunene
- Andre forvaltningsnivåer: Fylkeskommune, andre kommuner, stat.
- Samarbeidspartnere i Norge og utlandet.
- Media

#### 5. 0 Kommunikasjonsprinsipper

I Rauma kommune deler vi informasjon, praktiserer åpenhet og involverer hverandre. Vi skal vektlegge viktigheten av godt informerte medarbeidere og eksterne interessenter i kommunen, gjennom brukervennlig kommunikasjon.

##### Linjeansvar

I kommunen praktiserer vi linjeansvaret, som vil si at informasjonsansvaret ligger hos de som har ansvaret for de ulike tjenestene, både internt og eksternt. Kommunikasjonssjef fungerer som støtte i kommunikasjonsprosessene, på budskapsutforming, kvalitetssikring, strategiske valg og som sparringspartner/rådgiver.

##### Lederansvar

Et viktig prinsipp er at kommunikasjon er et lederansvar, både internt og eksternt. Leder har en viktig rolle knyttet til å dele informasjon i sin enhet og legge til rette for åpenhet og involvering, både horisontalt og vertikalt i organisasjonen.

## 6.0 Roller og kommunikasjonsansvar

Kommunedirektør uttaler seg på vegne av administrasjonen om fakta, faglige og skjønnsmessige vurderinger. Det blir viktig at det kommer tydelig fram hvor en sak eventuelt er i beslutningsprosessen og hvemsom avgjør utfallet av den. Kommunedirektør uttaler seg som hovedregel om prinsipielle spørsmål.

**Ordfører** uttaler seg på vegne av Rauma kommune og er kommunens juridiske person, i tillegg til å være folkevalgt. Ordfører er også medlem av kommunens kriseberedskapsgruppe og er talsperson.

### Kommunikasjonssjef

- Tilrettelegge for god informasjon og kommunikasjon internt og eksternt
- Støtte politisk/administrativ ledelse og øvrige ledere i kommunen.
- Redaktør-, system- og innholdsansvar for kommunens intranett, hjemmeside og sosiale medier
- Medlem av kommunens krisestab og talsperson sammen med ordfører
- Lede strategisk kommunikasjonsarbeid: Utvikle og vedlikeholde kommunikasjonsstrategi
- Koordinere kommunikasjon rundt utvikling, endringer og større prosjekter.
- Samarbeide med næringslivet og Nordveggen AS om felles profileringsarbeid
- Ansvar for informasjons- og presentasjonsmateriell
- Pressekontakt

**Tjenesteområdeledere og mellomledere/rektorer** uttaler seg om driften i eget ansvarsområde, ref. linjeprinsippet. Tjenesteområdeledere har ansvar for å tilrettelegge for gode interne kommunikasjonsprosesser i enheten. Ledere på alle nivå skal være oppmerksomme på beslutninger eller situasjoner som kan føre til spesielle kommunikasjons- og informasjonsbehov i egne ansvarsområder og aktivt forebygge feilkommunikasjon. Tjenestene støtter seg på kommunikasjonssjef ved behov.

**Sørvistorget** har hovedansvar for å besvare og videreformidle eksterne henvendelser til kommunen. Sørvistorget har også et ansvar for å besvare enklere henvendelser/spørsmål. Sørvistorget bidrar med utlegging av informasjon om drift og tjenester på nettside og sosiale medier. Servicetorget forholder seg til kommunikasjonssjef som har redaktøransvar for de digitale kanalene i kommunen.

**Øvrige ansatte** kan gi generelle opplysninger og faktaopplysninger om egne arbeidsoppgaver. Ansatte på alle nivåer har et selvstendig ansvar for å holde seg informert om egen arbeidsplass og dele informasjon med andre. utfordringer og problemstillinger tas opp internt via nærmeste leder/tillitsvalgt.

**Folkevalgte** står helt fritt til å uttale seg om alle saker. På samme tid bør folkevalgte unngå å uttale seg offentlig om den enkelte ansattes arbeid. Er de folkevalgte misfornøyde med arbeidet i administrasjonen bør dette tas opp internt via ordfører eller direkte med rådmann.



## 7.0 Retningslinjer for mediekontakt

### 7.1 Mediekontakt

- Kommunedirektør er øverste administrative myndighet i kommunen, og normalt talsperson på vegne av administrasjonen.
- Som øverste politiske myndighet, har ordfører et selvstendig medieansvar. Ordfører er talsperson på vegne av kommunen i politiske spørsmål, og etter at en sak er politisk vedtatt. Er det tvil om en sak er politisk eller administrativ, bør dette avklares med rådmannen.
- Tjenesteområdeledere uttaler seg om saker som gjelder egen tjeneste.
- Alle ansatte kan gi faktaopplysninger om eget arbeidsfelt, så lenge disse ikke omfattes av lovbestemt taushetsplikt. Det er viktig å skille mellom personlige ytringer, og ytringer på vegne av eget arbeidsfelt.
- Det er en god regel å informere nærmeste leder dersom en har gitt kommentarer til media. I potensielt kontroversielle saker, skal man informere nærmeste leder, kommunedirektør eller kommunikasjonssjef. Hvis en selv ikke er rett person til å kommentere en sak, er det viktig å yte særvis ved å vise til kommunedirektør, tjenesteområdeleder eller kommunikasjonssjef.
- Det er viktig at kommentarer til media er faglig kvalitetssikra. Derfor bør man be om tid før man svarer, for å avklare fakta, budskap og roller.
- Kommunikasjonssjef koordinerer kommunens utspill til media, og det bør derfor gis melding om dette planlegges i tjenesten.

### 7.2 Sosiale medier/brukerdialog

Sosiale medier er en viktig del av hverdagen vår. Som kommune må vi ha en bevisst holdning til hvordan vi benytter disse kanalene i jobben vår. Rauma kommune har per dags dato tatt i bruk facebook, youtube og twitter, og vurderer kontinuerlig å ta i bruk andre kanaler for å nå nye målgrupper. Rauma kommune har også flere undergrupper på facebook, blant annet for psykisk helse og skoler. Tjenestene som har systemer for brukerdialog, bør heller bruke disse (f.eks skooler/visma i barnehage/skole). Før det eventuelt opprettes nye grupper, sider og kanaler i sosiale medier på vegne av Rauma kommune skal det gjøres en vurdering av følgende:

- Vurdert nytteeffekten av å benytte kanalen som virkemiddel for å bedre kommunikasjon med brukere og andre interessenter.
- Bevisst holdning til hvordan man bruker kanalen og er sikker på at man har nok ressurser til å følge opp kanalen og definere mål for kanalen.
- Lages en enkel plan/retningslinje for bruken av kanalen
- Kommunikasjonssjef skal konfereres før kanalen opprettes.

### Ansattes bruk av sosiale medier

- Vær bevisst på rollen din som ansatt i Rauma kommune
- Vær gjerne aktiv i faglige diskusjoner, vær åpen om hvor du jobber når det er relevant
- Vurder nøye om du som privatperson skal ha kontakt med elever/brukere/pårørende eller leverandører i sosiale medier. Selv om du i utgangspunktet synes det er greit å skille mellom



rollene, kan dette over tid føre til situasjoner som kan oppleves problematisk for begge parter

- Ansatte har ytringsfrihet, men taushetsplikten gjelder også i de sosiale mediene
- Presiser at du ikke ytrer deg på vegne av Rauma kommune hvis det kan reises tvil om din rolle
- Hvis det er tvil om hva som er riktig svar skal henvendelser direkte til Rauma kommune besvares av administrator på de forskjellige kontoene
- Husk at internett er permanent, det kan være vanskelig å slette det du har sagt

### Kommunens offisielle kontoer

- Vær til stede, delta gjerne i debatten. Husk at du alltid representerer kommunen.
- Svar på spørsmål og kommentarer
- Si takk for skryt og innspill
- Svar også på nøytrale kommentarer
- Svar alltid på negative kommentarer, men vurder selv hvor lenge du vil at dialogen skal opprettholdes
- Rett alltid opp faktafeil.
- Tilpass formen på svaret etter henvendelsens form og innhold.
- På spørsmål som krever saksbehandling, eller har verdi som dokumentasjon, må innsender gjøres oppmerksom på kommunens dokumentasjonsplikt. Spørsmålet skal i tillegg viderefremmes til rette instans og arkiveres.
- Vær bevisst på skillet mellom administrativt og politisk nivå
- Ikke gi dine egne vurderinger av saker som er til politisk behandling

## 8.0 Kanaler

### Interne kanaler

- Teams (intern samhandling)
- Intranett (kommunens interne informasjonskanal)
- E-post
- Politikerportalen
- Møtevirksomhet
- Internt nyhetsbrev

### Eksterne kanaler

- Rauma kommunes nettside
- E-post
- Media
- Annonsering
- Trykte medier som årsrapport, brosjyrer o.l
- Informasjons- og dialogmøter

- Sosiale medier
- Telefon/SMS
- Seminarer/konferanser

## 9.0 Intern kommunikasjonsstrategi og tiltak

Strategiene og tiltakene er styrt av valgene som er tatt i kapittel 1- 7 i hoveddokumentet. Ambisjonsnivået på tiltakene skal ligge på et nivå som er gjennomførbart med dagens personalressurser og innebærer en prioritering av tiltak som skal gjennomføres.

### 9.1 Elektroniske informasjonskanaler

#### Strategi:

Tydeliggjøre hvilke elektroniske kanaler som brukes til intern samhandling og kommunikasjon. Vi har nå verktøyene, men nå vil fokuset være på å dra nytte av disse. Gevinstrealisering. Økte bevisstheten på informasjonsdeling i organisasjonen.

#### Tiltak:

1. Informasjonstiltak mot ansatte om hvilke verktøy som skal brukes til hva og sikre at disse er tilgjengelige for alle.
2. Drive kontinuerlig opplæring i systemene og være tydelig på forventningene til hvordan systemene skal brukes.
3. De to primære interne kommunikasjons- og samhandlingskanalene er Teams og intranett. Disse er tilgjengelige for alle ansatte på alle plattformer via apper, PC, tablett, telefon. Alle ansatte har en brukerkonto.
4. Øke bevisstheten på informasjonsdeling i organisasjonen. 2 ganger i året skal alt innhold på nett kvalitetssikres av enhetene som eier innholdet.
5. Sørge for at alt innhold i kommunens nettkanaler er tilpasset universell utforming.
6. Vi skal hele veien tenke hvordan vi kan benytte ny eller eksisterende teknologi til å effektivisere intern kommunikasjon.

Kanal: Møter, intranett og Teams

Ansvar: Kommunikasjonssjef

### 9.2 Møter og informasjonsdeling

#### Strategi:

Møter er viktig, men samtidig bør vi være kritiske til hvordan de gjennomføres og hvorfor. Det bør hele tiden vurderes om møter kan erstattes med enklere og mer tidsbesparende løsninger som f.eks. via diskusjoner i Teams. Vi legger til rette for deltagelse selv om noen er borte ved å alltid ha med Teams-invitasjon i innkallinger.

#### Tiltak:

1. Alle møter skal være godt forberedt og ha klare agendaer. De ulike enhetene må vurdere møtehyppigheten ut fra sine behov for informasjonsdeling.
2. Tjenesteområdeledere har et informasjonsansvar og skal legge til rette for at informasjon deles både fra ansatte til ledelse og motsatt. Ansatte gis hele veien mulighet til å diskutere tema og komme med innspill. Lag en enkelt rutine for møteoppfølging og distribusjon av f.eks. møtereferater. Referat o.l bør ligge åpent i Teams.
3. Vær kritisk til behov for møter og tidsbruk. Enkle avklaringer og mindre diskusjoner kan gjøres i Teams.
4. Tjenesteområdeledere vil bli målt på om de har med kommunikasjon som en del av sine virksomhetsplaner o.l.

Kanal: Ledermøter, avdelingsmøter

Ansvar: Kommunedirektør

### 9.3 Informasjon internt før det går eksternt

#### Strategi:

For at vi skal ha mulighet til å fremstå enhetlig eksternt er det viktig å informere internt i forkant. Ansatte skal kjenne til informasjonen før det dukker opp i eksterne kanaler.

#### Tiltak:

1. Så langt det er mulig og avhengig av sak ansatte informeres i forkant av eksterne nyheter som dreier seg om kommunens virksomhetsområde.

Kanal: Intranett, Teams, e-post, politikerportalen

Ansvar: Kommunikasjonssjef

### 9.4 Kvalitetssikre grafisk profil, maler og språk

#### Strategi:

Skal vi å framstå enhetlig bør vi utforme standard kommunikasjonsmateriell som ser likt ut.

#### Tiltak:

1. Kvalitetssikre profilen på alt materiell i kommunen.
2. Gå gjennom kommunale maler for brev, notat osv, for å sikre enkelt og forståelig språk og et logisk oppsett.
3. Alle maler implementeres i saksbehandlingssystemet og ligger tilgjengelige på Intranett.
4. Kvalitetssikre innhold i alle kanaler, svarmaler o.l

5. Sikre at alt profilmateriell er i henhold til profil.

6. Gjennom en handlingsplan for digitalisering for tjenesteområdene skal det blant annet jobbes med språket vi bruker i vår eksterne kommunikasjon med brukere. Brukervennlighet og forenkling er stikkord. Blant annet i vedtaksbrev, nettside o.l.

Kanal: Intranett, websak, trykksaker, biler mm.

Ansvar: Kommunikasjonssjef, tjenesteområdeledere

## 9.5 Omstilling og endring

### Strategi:

Omstilling er en del av hverdagen både i kommunal og privat virksomhet. Hvordan vi gjennomfører omorganiseringsprosessene bestemmer i stor grad utfallet. Vi skal vektlegge tidlig involvering, dialog og åpenhet rundt slike prosesser.

### Tiltak:

1. Vi benytter Raumaprosessen som grunnlag for prosessplanlegging.
2. Ansatte, tillitsvalgte og brukere er primærmålgruppene når en omstillingsprosess planlegges. De må inn så tidlig som mulig i planlegginga for å diskutere løsninger og bli holdt informert underveis. Målet er å skape felles forståelse for både arbeidstagers og arbeidsgivers synspunkter.
3. Informasjon knyttet til endringer/omstillinger skal være utformet på en lettfattelig og oversiktlig måte.
4. Ansatte på alle nivå har et selvstendig ansvar for å søke informasjon om egen arbeidsplass.
5. I Rauma kommune tar vi opp problemstillinger og utfordringer knyttet til interne forhold via våre egne kommunikasjonslinjer og samarbeidsfora.
6. Alle ansatte skal være kjent med Rauma kommunes retningslinjer for mediekontakt og sosiale medier.
7. For større omstillinger/prosjekter bør det utformes egen kommunikasjonsplan, for å sikre systematisk og god involvering.

Kanaler: Intern opplæring i møtesammenhenger, intranett og Teams

Ansvar: Tjenesteområdeledere

## 9.6 Fellesskap

### Strategi:

Vi er en stor organisasjon med et bredt spekter av tjenester og kompetanse. Vi har en utfordring i å bygge et sterkt fellesskap i kommunen – som vil være en styrke for en rekke forhold som arbeidsmiljø, motivasjon, attraktivitet som arbeidsgiver mm.

**Tiltak:**

1. Kontinuerlig kommunikasjon og involvering gjennom året, gjennom etablerte linjer. Det blir viktig at tjenestene og administrativ ledelse inkluderer ansatte som sparringspartnere.
2. I større grad synliggjøre for hverandre kompetansen i kommunen og all den gode jobben som gjøres, gjennom historiefortelling fra ulike sektorer. Fortelle suksesshistoriene våre internt og feire de små seirene. Ansatte på alle nivå bør bidra til dette med å gi innspill.
3. Medarbeiderundersøkelser hvert 2. år. Resultatene vil være viktige parametere i forhold til å justere kursen og finne nye tiltak til forbedring.
4. Vi skal oppfordre ansatte på alle nivå til å melde fra til nærmeste leder/tillitsvalgt om kritikkverdige forhold eller hendelser. Varsling skal applauderes.
5. Vi jakter hele veien på nye måter å kommunisere med hverandre og våre omgivelser på. For eksempel gjennom bruk av ny teknologi.
6. Internt nyhetsbrev sendes ut hver måned med saker fra hele virksomheten.
7. Vi skal aktivt bruke lederplakaten 7 steg til toppen i intern kommunikasjon og lederne må bli målt opp mot disse verdiene.

Kanaler: Intranett, e-post, møter mm.

Ansvar: Kommunikasjonssjef og Kommunedirektør

**9.7 Brukerfokus****Strategi:**

Rauma kommune skal fremstå som utviklingsrettet og som en organisasjon som søker kontinuerlig forbedring. Vi skal jobbe internt for å finne bedre måter å jobbe på. Vi skal tydeliggjøre i egen organisasjon at vi er til for å hjelpe våre brukere.

**Tiltak:**

1. Vi skal utvikle nettkanalene våre til å bli mer brukervennlige og styrke selvbetjeningsgraden.
2. Vi skal være tydelige og kommunisere enkelt med våre brukere – både muntlig og skriftlig.
3. Spisse Sørvisetorget som en førstelinjefunksjon for veiledning av våre digitale tjenester og viderefremidling.
4. Implementering av kommunikasjonsstrategien i tjenesteområdene.
5. Vi skal søke etter nye muligheter digitale verktøy gir oss til å kommunisere med våre brukere.

6. Vi skal etterleve våre verdier – samarbeidsvillig, ekte og raus.
7. Vi skal i større grad være proaktive i vår kommunikasjon og ikke bare besvare henvendelser. Vi skal tilby- ikke besvare.
8. Vi er til for å sørve brukerne våre.

Kanal: Nettkanaler

Ansvar: Tjenesteområdeledere og kommunikasjonssjef

## 10.0 Eksterne kommunikasjonsstrategi og tiltak

De eksterne tiltakene tar for seg de viktigste områdene i den kommende perioden. De viktigste aspektene med de eksterne tiltakene er å informere våre innbyggere om våre tjenestetilbud og stimulere til økt deltagelse i beslutningsprosesser. Krisekommunikasjon omtales i beredskapsplanverket.

### 10.1 Digitalisering/Nettsider:

**Strategi:**

Nettsidene er vår primære informasjonskanal og skal ha som hovedoppgave å ha god og tydelig informasjon om vårt tjenestetilbud. På samme tid skal nettsidene være en kanal som skal formidle nyheter knyttet til vår virksomhet. Det skal i så stor grad som mulig vektlegges selvbetjening og brukedialog i disse kanalene. Kanalene må utvikles i tråd med universell utforming. På samme tid må det jobbes strategisk i de ulike tjenestene med å effektivisere og utvikle gode digitale verktøy som styrker kommunikasjonen med brukerne, og som legger til rette for større grad av selvbetjening.

**Tiltak:**

1. Rauma kommune lanserte nye nettsider i 2018. Det opprettes en rutine der nettsidene til de ulike enhetene kvalitetssikres 2 ganger i året. Tjenesteområdene er selv ansvarlig for at innholdet er korrekt, mens kommunikasjonssjef utfører større endringer.
2. Nye selvbetjeningsløsninger utvikles fortløpende på nettsidene.
3. Dokumenter og planverk skal ligge tilgjengelig på en brukervennlig måte på nettsidene.
4. Nyhetsdelen av nettsiden skal omfatte saker om vårt tjenestetilbud til brukerne og informasjon om politiske prosesser og vedtak.
5. Rauma kommune streamer alle kommunestyremøter på nettsidene.
6. Nettsidene skal fokusere på fem aspekter:
  - Bruker skal finne den informasjonen som en er ute etter og gjennomføre oppgaver via nettsidene, på en brukervennlig måte. Enkelt språk og god navigering.
  - Nettsidene skal ha en god nyhetsfunksjon
  - Postjournal, sakspapirer og vedtak ligger tilgjengelig på en brukervennlig måte.

- MinSide på nettsidene vil bli mer sentral i perioden. Brukere vil finne mer og mer til seg selv og sin eiendom i dette verktøyet.
- Man skal hele tiden jakte nye løsninger for bedre brukerdialog.

7. Det skal være tydelig på nettsidene hvem som kan kontaktes for mer informasjon, knyttet til de ulike tjenestene.

8. Varsling, tilbakemelding og klage på kommunale tjenester skal kunne gjøres via egen tilbakemeldingskanal på nettsidene.

9. Sikre at nettsiden, intranett og underliggende systemer fungerer sammen og fjerne feil raskt.

10. Det jobbes med å utvikle en plan- og høringsportal på våre nettsider, som skal bidra til større åpenhet i planprosesser, tilgjengelighet og gjøre det enklere å gi innspill på høringer.

11. Nettsidene skal være universelt utformet og være tilpasset alle plattformer som nettbrett, PC, mobil (responsive sider).

12. Handlingsplan for digitalisering. Det skal i perioden utvikles en handlingsplan for digitalisering for alle de kommunale tjenestene og jobbe med implementering av denne. Hvordan man innenfor tjenestene kan legge til rette for bedre brukerdialog, samhandling, enklere språk gjennom bruk av digitale verktøy. Målet er økt bruk av selvbetjeningsløsninger, mer fornøyde brukere og bedre omdømme.

13. Innhold på nettsider og sosiale kanaler skal lagres i henhold til Rauma kommunes dokumentasjonsstrategi.

14. Åpne politiske møter offentliggjøres i kommunens aktivitetskalender

Ansvar: Kommunikasjonssjef

## 10.2 Sosiale medier:

### Strategi:

Sosiale medier er støttekanaler til våre nettsider. Vi skal benytte disse kanalene til å spre informasjon og nyheter fra nettsidene til våre målgrupper. På samme tid benytter vi sosiale medier til å spre informasjon om utviklingstiltak i privat regi og informasjon fra samarbeidspartnere som er positive for Raumasamfunnet. Per i dag benytter vi i hovedsak facebook, men det vil bli tatt en vurdering av om det er andre kanaler vi bør benytte, spesielt med tanke på rekruttering. Sosiale medier gir mulighet til toveis kommunikasjon og vi skal dra nytte av dette gjennom å gi rask respons på henvendelser. Se også retningslinjer for sosiale medier over.

### Tiltak:

1. Bygge opp følgemassen på facebook. Vi har i dag cirka 1400 følgere. Mål innen 20122: 1800 følgere. Dette er en viktig kanal som når potensielt mange.



2. Vurdere å benytte andre kanaler med tanke på rekruttering; LinkedIn.
3. Vi bør ikke legge ut mer enn 2 meldinger i en kanal per dag, helst på ettermiddag da det har større gjennomslag.
4. Spre positive saker i kommunen som bidrar til samfunnsutvikling, uavhengig av om det er kommunen eller private aktører som gjennomfører tiltaket.
5. Vi skal svare på alle henvendelser i sosiale medier innen 24 timer. Men vi skal være tydelige på at vi ikke driver saksbehandling i sosiale medier. Enkle avklaringer eller spørsmål besvares. Eller henviser til nettsider eller kontaktpersoner i kommunen.
6. Tone i budskap: Vi bør ha en mindre formell stil på det vi legger ut i sosiale kanaler. Det er også lavere terskel for å legge ut innhold her enn på nettsidene.
7. Ansatte oppfordres til å dele innhold fra Rauma kommunes kanaler.

Kanal: facebook, evt. LinkedIn og andre kanaler

Ansvar: Kommunikasjonssjef

### 10.3 Media

#### Strategi:

Lokale, regionale og nasjonale medier er viktige kanaler for å nå ut med kommunens informasjon. Et godt forhold til media er viktig for oss. På samme tid er det viktig å være klar over rolleforståelsen. Media har et samfunnsansvar i forhold til å spre informasjon til befolkningen, både positive og kritikkverdige saker. Vi skal ha et saklig og bevisst forhold til medias rolle. Gjennom media og egne kanaler skal vi i større grad vise kommunens kompetansebredde og bygge omdømmet vårt som tjenesteyter. Det må være et mål at kommunen som enhet skal fremstå enhetlig og samkjørt i eksterne media, og vi skal ikke diskutere interne forhold gjennom medieoppslag. Rauma kommunes retningslinjer for media må gjøres bedre kjent i organisasjonen. Ansatte på alle nivå er bevisst på sin rolle som kommuneansatt, og hvordan vi kan bidra til å framsnakke hverandre og våre tjenester. Vi må framstå samkjørte, håndtere utfordringer riktig og vise fram det vi er gode på.

#### Tiltak:

1. Vi skal selge våre suksesshistorier og vise bredden av tjenester og kompetanse.
2. Vi informerer internt i organisasjonen før vi går ut i media, så langt det er mulig.
3. Vi skal i så stor grad som mulig være proaktive i forhold til media. Om det er saker vi vet vil komme skal vi være tidlig ute å gi god informasjon. Både positive og kritiske saker.
4. For større prosjekter, omstillinger eller endringer utformes det egne kommunikasjons-/mediestrategier.

5. Vi skal i større grad være aktive i forhold til å sette agendaen i media gjennom leserinnlegg, kronikker og artikler. Dette gjelder alle tjenesteområder, ledelse og politikere.

6. Gjennom media skal vi tydeliggjøre utvikling i kommunen, både fysiske prosjekter og interne organisasjonsutviklingstiltak. Vi skal vise hva vi vil bli bedre på og hvilke ansvar vi har.

7. Vi skal så tidlig som mulig i beslutningsprosesser oppfordre innbyggere til å delta i diskusjoner.

8. Bevisstgjøring på viktigheten av omdømmebygging knyttet til tjenestene våre for alle tjenester. Vi må fortelle suksesshistoriene – de kritiske sakene kommer uansett!  
Opplæring/bevisstgjøring gjennom interne møtesettinger.

9. Vi skal fortsette samarbeidet med Nordveggen. Vi fronter felles saker når det er passende. Kommunikasjonssjef har faste møter med Nordveggen og andre samfunnsaktører i Rauma.

10. Vi skal opptre ryddig i forhold til kritiske spørsmål knyttet til vår virksomhet. Det vises til kommunens retningslinjer for mediekontakt for ytterligere informasjon om hvordan dette håndteres

Kanal: Lokal, regional og nasjonal presse.

Ansvar: Kommunikasjonssjef

#### 10.4 Brukerundersøkelser

##### Strategi:

Skal vi utvikle oss må vi kjenne status. Derfor bør det kjøres jevnlig målinger for å ha et grunnlag for justeringer av kursen.

##### Tiltak:

1. Det gjennomføres brukerundersøkelser hvert andre år i kommunen som måler befolkningens syn på vårt tjenestetilbud og prosesser. Involvering og påvirkningsmulighet bør måles spesielt. Vi benytter borgerundersøkelsen, samtidig som at vi får innspill via Kommune-NM og andre nasjonale målinger.

Ansvar: Tjenesteområdeleder

#### 10.5 Annonsering og trykkmateriell

##### Strategi:

Vi skal holde annonseringsmengden på et nøkternt nivå. Vi benytter til enhver tid aktuell annonseringsavtale som all kommunal annonsering går gjennom. På samme tid skal vi

annonserer i kanaler som treffer våre målgrupper og på en egnet plattform. En hovedtendens bør være at vi dreier midler til annonsering over fra papir til digitale kanaler. Redaksjonell omtale prioriteres hele tiden, men behovet for noe annonsering finnes.

**Tiltak:**

1. I så stor grad som mulig skal vi samle jobbutlysninger i større annonser og kontinuerlig vurdere felles annonseringsmuligheter i samarbeid med Nordveggen. Dette gjelder også sommerjobber.
2. Alle høringer annonseres tydelig i egnet kanal samt at det vurderes kontinuerlig om det skal annonseres åpne møter o.l. Alle kommunestyremøter annonseres med referanse til nettsidene til Rauma kommune og kommune-TV.
3. I størst mulig grad benyttes fellesannonser fra Rauma kommune. Dette avhenger av type sak.
4. Behovet for trykkmateriell vil variere mellom de ulike tjenestene. Det bør gjøres en vurdering av hva de ulike enhetene har behov for og kvaliteten på dette. Det bør være i kommunens profil og fremstå enhetlig.
5. Årsrapport produseres årlig, med digital distribusjon.

Ansvar: Kommunikasjonssjef

**10.6 Profilerings/visjon****Strategi:**

Rauma kommune er en av få kommuner som har en levende visjon, som er godt forankra og som mange forholder seg til – både innbyggere og lokalt næringsliv. Denne ble lansert i 2006 og det er signalisert også fra næringslivet at det kan være behov for en revitalisering av visjonen og profilen.

**Tiltak:**

1. Sammen med næringslivet og andre aktører vil Rauma kommune samarbeide om et felles prosjekt for å løfte visjonsarbeidet. Dette kan være justering av profilen og nye aktiviteter knytta til innholdet i visjon. Prosjektet bør være inkluderende så de som ønsker å bidra får muligheten til det.
2. Timingen for dette er god siden vi i de siste årene har hatt ekstremt god profilering knytta til våre naturgitte omgivelser.
3. Dette er snakk om mindre justeringer og nye tiltak for å fylle visjon med innhold, og ikke endring av visjonens innhold.

Ansvar: Kommunedirektør

**10.7 Rollen som språknøytral kommune****Strategi:**

Vi skal være oppmerksomme på at begge målformer, nynorsk og bokmål, er i bruk som opplæringsmål i vår språknøytrale kommune, der dette i størst mulig grad også skal synliggjøres i kommunes informasjons- og kommunikasjonsarbeid.

**Tiltak:**

1. Rauma kommune skal variere mellom å benytte nynorsk og bokmål ved annonsering, på nettsider og i trykt materiell.

Ansvar: Kommunedirektør