

Stolt

Fremtidsrettet

Trygg

Samarbeidende

Bindal kommune
www.bindal.kommune.no



Kommunikasjonsstrategi for Bindal kommune

**Handlingsplan for nettside og sosial medier i
Bindal kommune**

Innhold

Del A

Forord.....	3
1. Målsetninger	4
1.1. Innledning	4
1.2. Kommunikasjonsmål	4
1.3. Kommunikasjonsprinsipper	4
2. Strategier	4
2.1. Strategisk kommunikasjonsplanlegging	4
2.2. Strategi for innbyggerservice og omdømmebygging	5
2.3. Strategi for ekstern markedsføring og profilering	6
2.4. Mediestrategi	6
2.5. Strategi for intern kommunikasjon.....	6
2.6. Strategi for kommunikasjon i krisesituasjoner	7
3. Roller og ansvar i kommunikasjonsarbeidet	8

Del B

Handlingsplan for nettside og sosial medier i Bindal kommune	9
--	---

Del C

Egne vedlegg

1. Årshjul for nettside og sosiale medier
2. Rutiner for journalføring og arkivering av henvendelser via sosiale medier
3. Retningslinjer for hvordan kommentarer på Facebook skal håndteres
4. Retningslinjer for ansattes bruk av sosiale medier

Forord

Kommunikasjon er dialog mennesker imellom. En kommune kommuniserer med blant annet innbyggere, næringsliv og organisasjoner.

Denne planen beskriver Bindal kommunes mål og strategier innen kommunikasjon for perioden 2014-2017, samt tiltak de nærmeste fire årene.

Evnen til å informere og kommunisere avhenger i stor grad av teknologi, det vil si informasjons- og kommunikasjonsteknologi. Samtidig har kommunikasjonen stor betydning for folks oppfatning av Bindal kommune som bedrift og Bindal som et sted å leve, besøke eller jobbe – kort sagt Bindals omdømme.

I løpet av de siste årene har menneskers måte å kommunisere på endret seg radikalt. Digital kommunikasjon er nå en helt naturlig og nødvendig del av vår hverdag. Informasjonen går mye raskere enn tidligere: Hvem som helst kan spre informasjon til hvem som helst i løpet av sekunder.

Dette har ført til at tradisjonelle medier som papiravis, radio og TV utfordres av nettaviser og sosiale medier. Konkurransen om folks oppmerksomhet har blitt hardere, fordi det er så mange typer informasjon og kanaler å forholde seg til og velge blant.

For Bindal kommune betyr dette både muligheter og utfordringer. Kommunen har nå mulighet til å kommunisere direkte med innbyggere og brukere på en annen måte enn tidligere. Dette bedrer mulighetene for å nå ut med viktig informasjon på en effektiv måte, invitere til dialog og legge til rette for medvirkning. Samtidig er det en utfordring å finne de rette kanaler og verktøy, og lære å bruke dem så godt at innbyggerne har nytte og glede av dem.

I dette dokumentet presenteres kommunikasjonsstrategien i Del A og handlingsplan for nettside og sosiale medier i Del B. Del C skal inneholde konkrete rutiner for journalføring og arkivering av henvendelser via sosiale medier, retningslinjer for hvordan kommentarer på Facebook skal håndteres, retningslinjer for ansattes bruk av sosiale medier og et årshjul for arbeidet. Denne delen skal være ferdig utarbeidet innen kommunen aktivt tar i bruk sosiale medier.

Terråk, april 2014

1. Målsetninger

1.1. Innledning

Her finner du hvilke strategier og satsingsområder vi har valgt for perioden 2014-2017 for å nå våre mål på best mulig måte.

Kommunikasjonsstrategien er utarbeidet av sentraladministrasjonen i Bindal kommune og behandlet i rådmannens ledergruppe. Det har vært workshop i rådmannens lederforum. Kommunikasjonsstrategien bygger på planer, retningslinjer og lovverk som er retningsgivende for all kommunikasjonsvirksomhet i kommunen.

1.2. Kommunikasjonsmål

Alle våre kommunikasjonstiltak skal bidra til å oppfylle ett eller flere av disse fire hovedmålene:

- Bygge kommunens omdømme og identitet
- Gi innbyggerne god informasjon om tjenester, rettigheter og plikter
- Sikre medvirkning, dialog og samhandling
- Sørge for god internkommunikasjon for å sikre en velfungerende virksomhet

1.3. Kommunikasjonsprinsipper

All kommunikasjon fra administrasjon og folkevalgte organer i Bindal kommune skal oppfylle disse prinsippene.

Åpen	Bindal kommune skal ha stor takhøyde for debatt og meningsutveksling, innsynsrett for publikum og presse, og praktisere meroffentlighet.
Aktiv	Bindal kommune skal ha et proaktivt kommunikasjonsarbeid, og sørge for rett informasjon til riktig målgruppe, til riktig tid.
Ærlig	Bindal kommune skal opptre slik at innbyggere, næringsliv og andre samarbeidspartnere oppfatter virksomheten som troverdig og tillitvekkende.
Respektfull	Bindal kommune skal vise respekt for innbyggere og samarbeidspartneres ulike synspunkter og meninger. I kommunikasjonsarbeidet skal vi skape anerkjennelse for kommunen som tjenesteleverandør.
Tilgjengelig	Bindal kommune skal ha gode rutiner og kanaler for informasjon og kommunikasjon, slik at relevant informasjon er brukervennlig og lett å finne.
Samhandlende	Bindal kommune skal være en lydhør virksomhet som skal bidra til å legge til rette for best mulig samhandling med ulike aktører.
Linjeprinsippet	Linjeprinsippet gjelder for kommunikasjon, slik det gjør for kommunens øvrige drift. Kommunikasjon er et lederansvar, og ansvaret for kommunikasjon følger saksansvaret. Den ansvarlige for en sak/oppgave skal planlegge hvordan den skal kommuniseres.

2. Strategier

2.1. Strategisk kommunikasjonsplanlegging

I Bindal kommune bruker vi kommunikasjon som et strategisk virkemiddel, på lik linje med andre virkemidler, for å nå kommunens mål.

Kommunens ledere har ansvar for at kommunikasjonspolitikk, -strategi og tiltaksplaner blir fulgt opp i organisasjonen.

En sak/oppgave er ikke ferdig behandlet før det er planlagt hvordan den skal kommuniseres.

Vi skal kommunisere konsistent med klare og utvetydige budskap og bruke et lett forståelig språk.

Vi skal kommunisere og koordinere internt før vi kommuniserer eksternt. Vi skal sørge for god koordinering mellom administrasjon og politisk ledelse/politiske organer.

Vi bruker flere kommunikasjonskanaler og tilpasser kanalvalg til målgruppen. Vi skal bruke kanaler som er naturlige valg for målgruppene våre.

Digitalt førstevalg: Vi skal påvirke til bruk av digitale kanaler og selvbetjeningsløsninger for publikums-henvendelser til kommunen. Digitale kanaler er også viktige informasjonskanaler ut mot publikum, og vi skal videreutvikle vår aktivitet i sosiale medier.

Strategi for de ulike digitale kanaler

Våre digitale kanaler skal utfylle hverandre, og vi har mål og strategi for den enkelte kanal. Alle digitale kanaler skal ha tydelig Bindal kommune-profil, og det skal være lett å se hvilken funksjon kanalen fyller.

Kommunens web	Skal være naturlig førstevalg for å søke informasjon om kommunale tjenester/prosjekter og aktivitet i kommunen. Oppslagsverk, alt på ett sted. Vår egen nyhetskanal Profileringskanal Nyhetsabonnement for hovedsaker og plansaker Synliggjør saker til politisk behandling og politiske vedtak. Fronter ikke partipolitikk. Hovedkanal for kommunikasjon i krisesituasjoner
Facebook	"Raske" saker, korte saker, dagsaktuelle saker Profilerende saker Informasjon som er aktuelt for alle eller gjelder store målgrupper Viktig kanal for kommunikasjon i krisesituasjoner
Twitter	Nyhetskanal Alle hovedsaker fra nettsiden kommer automatisk hit
YouTube	Profilerende kanal med filmer
Flickr	Profilerende kanal for bilder

2.2. Strategi for innbyggjerservice og omdømmebygging

Alle ansatte og folkevalgte i Bindal kommune er ambassadører for kommunen og bidrar i sitt daglige arbeid til å bygge kommunens omdømme. Alle ansatte kommuniserer gjennom flere kanaler og skal følge kommunikasjonsprinsippene (jfr. pkt. 1.3.) og bidra til at vi når våre kommunikasjonsmål (jfr. pkt. 1.2.). Omdømme og tillit er avhengig av samsvar mellom innbyggernes forventninger og omfang på tjenestene vi leverer. Dette skal vi ivareta ved å gi innbyggerne god informasjon om tjenester, rettigheter og plikter.

Kommunen skal legge til rette for et godt lokaldemokrati. Det gjør vi ved å jobbe for medvirkning, dialog og samhandling. Vi skal informere innbyggerne om saker som er til politisk behandling, og vi skal kommunisere hvilke kanaler og møteplasser som finnes for kontakt med kommuneadministrasjon og folkevalgte organer.

Vi skal øke bruken av de digitale kanalene for medvirkning og dialog. Det skal være mulig å gi tilbakemelding via nettsiden eller på sosiale medier. Innbyggere og brukere av tjenestene skal oppleve at det er lett å komme i kontakt med kommunen. Vi kan kontaktes i på ulike måter i flere kanaler, og våre medarbeidere er tilgjengelige.

Vår kommunikasjon med innbyggere og brukere skal være forståelig for mottakeren. Vi skal utvikle en grafisk profil som skal sikre gjenkjennelighet.

Vi skal markedsføre og stimulere til digitalt førstevalg i kontakt med kommunen og utvide tilbudet av digitale selvbetjeningsløsninger.

Kart er et virkemiddel for å visualisere informasjon. Vi skal bruke kartløsningene våre til å gjøre informasjon brukervennlig, og vi skal videreutvikle kartfunksjoner på nett i tråd med informasjonsbehovet.

Bindal er utsatt for sterke sentraliserende krefter, og innbyggerne er de beste ambassadører for Bindal som bosted. Vi skal fremme stolthet for å bo i Bindal og skape gode ambassadører. Vi skal skape engasjement for hjemstedet vårt.

2.3. Strategi for ekstern markedsføring og profilering

Vi skal aktivt markedsføre og profilere Bindal for å få fram at Bindal er en attraktiv kommune, med tanke på tilflytting, reiseliv og annen næringsvirksomhet. Profileringen skal også bidra til å dekke det framtidige kompetansebehovet til kommuneorganisasjonen.

2.4. Mediestrategi

Vi skal være proaktive i forhold til media, og vi inkluderer mediehandtering i planlegging av kommunikasjonsaktiviteter. Vi følger godt med i mediebildet og evaluerer medieoppslag og mediehandtering. Våre initiativ mot media skal være nyhetsorienterte. Vi skal også jobbe for en mediedekning av kommunen som gjenspeiler bredde og helhet i vår aktivitet og tjenesteyting.

Våre initiativ mot media skal være internt forankret, koordinert og godt forberedt.

Pressemeldinger

Pressemeldinger skal formuleres kort, presist, med få utvalgte hovedpoenger, i et språk som alle forstår. Pressemeldingens form skal være tilpasset mediernes form og skal inneholde et nyhetspoeng. Pressemeldinger sendes fra sentraladministrasjonen for å sikre konsekvent og fullstendig distribusjon til mediene. Vi oppgir alltid kontaktperson i pressemeldingen, som er godt forberedt og tilgjengelig for oppfølging fra media.

Henvendelser fra media

Vi følger opp raskt henvendelser fra media, og vi vurderer hvem som er rett talsperson i saken. Vi involverer de riktige personene for å sikre tilstrekkelig faggrunnlag, og vi sørger for at riktige personer blir orientert om saken. Ved at bare én person uttaler seg til pressen, unngår vi misforståelser, og det gir arbeidsro for andre involverte. Talspersonen samordner informasjonen og sikrer et klart og konsistent budskap.

Be gjerne om råd hos din overordnede før du intervjues. Vurder å få sitatsjekk før saken publiseres.

Sentrale retningslinjer:

- Saker på overordnet nivå og store saker koordineres mellom administrasjon og politisk ledelse
- Vi vurderer alltid om rådmann og ordfører skal orienteres og kommentere saken
- Rådmannen uttaler seg om saker på overordnet nivå eller som går på tvers av sektorer
- Sektorledere er ansvarlig for saker i eget fagfelt og saksområde, med mindre saken pga. alvorlighetsgrad er løftet til rådmannen
- Sektorledere koordinerer med rett fagpersoner ved behov, evt. delegerer saken

Debattinnlegg og kronikk

Ved debattinnlegg i media som kommenterer kommunen og kommunens tjenestetilbud, svarer vi på konkrete spørsmål, men kommenterer ikke nødvendigvis all kritikk.

Vi kan bruke kronikker når vi vil presentere viktige saker av overordnet eller prinsipiell karakter. Vi følger avisenes krav til lengde og utforming for å unngå at teksten forkortes. Vi kan informere avisene på forhånd slik at de setter av plass dersom de finner temaet interessant nok.

Kronikker og debattinnlegg skal koordineres med overordnet leder.

Ansatte som deltar i den offentlige debatten som privatperson, skal ikke undertegne med stilling/tittel i kommunen. Stilling/tittel skal kun brukes når innlegg fremmes på vegne av kommunen. Ansatte skal være varsomme og alltid vurdere om det finnes tvil om roller og habilitet i saken.

2.5. Strategi for intern kommunikasjon

God intern kommunikasjon er avgjørende for å bygge en felles intern kultur i en stor og mangfoldig organisasjon. En god struktur for intern kommunikasjon skal sikre samhandling, enhetlige budskap og klargjøre roller og ansvar.

God intern kommunikasjon legger grunnlaget for god ekstern kommunikasjon.

Intern kommunikasjon kan være planlagt eller ikke planlagt, og gå i formelle eller uformelle kanaler. Vår internkommunikasjon skal i så stor grad som mulig være planlagt og gå i formelle kanaler. Nyheter som gjelder organisasjonen skal, så langt det er mulig, formidles internt før eksternt. Linjeorganiseringen og møtstruktur er viktige instrumenter for å oppnå god internkommunikasjon. Kvalitetsloven sikrer alle ansatte tilgang til oppdaterte dokumenter og prosedyrer. Interne målgrupper og interessenter er viktige i kommunikasjonsplanleggingen. Blant interne interessenter er administrasjonen, tillitsvalgte, de folkevalgte og kommuneorganisasjonen for øvrig.

Intranett

Bindal kommune skal arbeide med å etablere et system for intranett, da intern kommunikasjon er viktig. God intern informasjon skal bidra til å skape en god bedriftskultur og etablere gode serviceholdninger innad i organisasjonen og ut mot innbyggerne.

Alle ansatte skal ha tilgang til samme informasjon. Det skal skapes fellesskap og delaktighet, og overordnede mål for kommunens drift skal være kjent for alle. De ansatte skal arbeide mot felles mål og bidra til helhetlige løsninger.

2.6. Strategi for kommunikasjon i krisesituasjoner

Kommunen har et grunnleggende ansvar for å ivareta befolkningens sikkerhet og trygghet. I en krisesituasjon kan kommunen være ansvarlig for håndteringen, eller kommunen kan få oppdrag om å bistå politiet. Kommunen har en viktig rolle i å informere innbyggere og media i en krisesituasjon. Hvis politiet er ansvarlig for krisehåndteringen, skal vår informasjon om hendelsen være innenfor politiets frigitte informasjon. Vi informerer i tillegg om kommunens oppdrag og tiltak i krisehåndteringen.

Kommunens nettsider og sosiale medier er sentrale informasjonskanaler i krisesituasjoner.

Vi utøver proaktiv mediehandtering da media er en vesentlig kanal for å nå innbyggere med informasjon.

Ordfører er den formelle leder av kriseledelsen, men det er rådmannen som leder det operative arbeidet i kriseledelsen.

Informasjonsansvaret er formelt lagt til ordfører. (Se plan for kommunal kriseledelse)

3. Roller og ansvar i kommunikasjonsarbeidet

Sentraladministrasjonens rolle

Kommunens sentraladministrasjon er ansvarlig for kommunikasjonsfaglige og medierelaterte spørsmål. Rådmannen har redaktøransvar for kommunens internett og kommunens hovedsider i sosiale medier. Informasjonskonsulenten planlegger og gjennomfører kommunikasjonsiltak på overordnet nivå for Bindal kommune og bistår sektorene etter behov.

Linjeprinsippet gjelder

Sektorlederne har ansvar for at kommunikasjonspolitikk, -strategi og tiltaksplaner blir fulgt opp i organisasjonen. Ansvar for kommunikasjon følger ansvaret for saken/oppgaven, og den er ikke ferdig behandlet før det er planlagt hvordan den skal kommuniseres.

Folkevalgtes rolle

De folkevalgte har en viktig rolle i å profilere politiske saker og beslutninger, og Bindal kommunes kommunikasjonsmål kan ikke nås uten et godt samspill mellom administrasjon og de folkevalgte.

Ordførers rolle

Ordføreren er politisk leder i kommunen, ombud for innbyggerne og ambassadør for Bindal utenfor kommunegrensene. Ordfører er det formelle bindeleddet mellom politikk og administrasjon og talsmann mot media i viktige saker. Vi sørger derfor for god samhandling mellom administrasjon og ordfører.

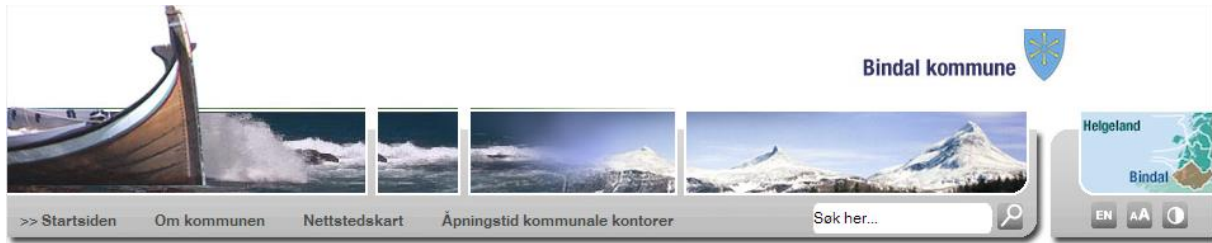
Formannskapetets rolle

Formannskapet har en rekke formelle ansvarsområder i behandling av politiske saker, økonomiplan og årsbudsjett. Formannskapet har ellers oppgaver og roller tillagt av kommunestyret.

Formannskapet har en viktig rolle i å løfte fram, kommentere og profilere viktige saker i media. Administrasjonen har ingen rolle i det partipolitiske. I langsiktig profileringsarbeid kan vi nedsette arbeidsgrupper hvor representanter fra politikere og administrasjonen samarbeider om planlegging og oppfølging.

Handlingsplan for nettside og sosial medier i Bindal kommune

Nettsiden *bindal.kommune.no*



Mål

Her skal det finnes oppdaterte opplysninger om kommunens tjenester og organisering.

Innbyggerne skal være informert om kommunens virksomhet.

Nettsidene skal ha høy leseroppslutning som følge av god tilgjengelighet og aktuelt innhold.

Få minimum 4 stjerner på Norge.no sin rangering av nettsteder.

Tiltak

- Informasjonskanalene skal inneholde tema/stoff som gir innbyggerne aktuell informasjon om administrative og politisk virksomhet, tjenestetilbud og planer som har betydning for lokalsamfunnet.
- Etablere felles rutiner for annonsering av ledige stillinger og kunngjøringer.
- Det skal være enkelt å finne fram til informasjon og skjemaer via menyer eller søk.
- Kommunens nettsider skal framstå som innbydende, ryddige og brukervennlige, og ha en stram og tydelig struktur.
- Innholdet skal til enhver tid være oppdatert.
- Informasjon om kommunale tilbud, åpningstider og arrangementer skal være lett tilgjengelig.
- Det skal være en oppdatert oversikt over lokale kulturtilbud og arrangementer
- Informasjon fra kommunen skal være tydelig, kort og enkel, med vekt på det som er relevant for innbyggeren, samtidig som den skal være etterrettelig og presis.
- Kommunen skal unngå byråkratspråk som kan være en barriere for forståelsen.
- Informasjonen skal være basert på prinsippet om universell utforming, og blant annet tilpasses svaksynte.
- Kommunens hjemmesider skal være under stadig utvikling og i henhold til de retningslinjer *norge.no* setter for kommunale nettsider.
- Målet er en mer dialogpreget kommunikasjon. Det skal være en rask og presis informasjonsflyt.

Ansvar

Informasjonskonsulenten har ansvaret for det daglige arbeidet. Alle sektorledere og noen andre utvalgte får opplæring i bruk av programmet iSite, slik at de kan publisere nyheter og oppdatere sider. Sektorledere skal regelmessig kvalitetssikre innholdet på nettsidene (Se Årshjulet).

Sosiale medier

Mål

Bindal kommune skal aktivt bruke flere kanaler, inkludert sosiale medier og tradisjonelle medier, som *Båtsaumen* og nettsiden, for å nå best mulig ut med sin informasjon og for å ha god dialog med innbyggerne. Demokratiperspektivet er viktig. Man når flere ved å dele innhold i sosiale medier. Ved å dele informasjon om kommunale tjenester andre steder enn kommunens nettside, vil man sørge for at flere får tilgang til denne type informasjon.

Det skal brukes et personlig språk, en uformell tone, der kommunen kan ta selvkritikk.

Det skal utarbeides retningslinjer for de ansattes bruk av sosiale medier.

Bindal kommune vil bruke sosiale medier som en kanal i krise- og beredskapsarbeid.



Facebook

Facebook har etablert seg som folkekanalen i sosiale medier. I følge Facebooks egne data er totalt 2,2 millioner nordmenn innom Facebook hver dag. Antall aktive brukere på Facebook gjør kanalen til den største og mest brukte sosiale mediet blant nordmenn.

Mål

Bindal kommune skal bruke Facebook som en hovedkanal for informasjon og dialog.

Tiltak

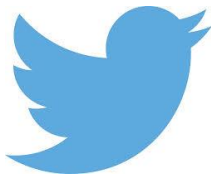
- Bindal kommune skal innen 10. juni 2014 etablere en egen side på Facebook.
- Her skal det regelmessig publiseres saker som oppleves som relevante for mottakerne.

For å sikre god dialog med innbyggerne bør vi:

1. Bruke en folkelig tone og form. Korte og konkrete statustekster skaper mest engasjement.
2. Stille spørsmål og oppfordre til likes i statusoppdateringene. Høyt engasjement fører videre til at kommunens statusoppdateringer får større rekkevidde og når flere innbyggere.
3. Svare på spørsmål fra innbyggerne innen to arbeidsdager, enten med et fullstendig svar eller med en melding om hvordan vi vil behandle spørsmålet videre. Innbyggerne forventer at oppfølgingskommentarer følges opp.
4. Opplyse tydelig at innbyggerne ikke kan forvente saksbehandling direkte over nett her, men det skal gis svar på hvordan saken blir behandlet.
5. Lage klare retningslinjer for hvordan kommentarer skal håndteres, både de positive og de kritiske.
6. Lage et årshjul for nettsiden og for Facebook som kan brukes for å planlegge hvilke aktiviteter og hendelser som bør dekkes.
7. Legge ut innlegg om arrangementer i kommunen. Innbyggerne vil heller ha oppdateringer om hva som skjer i sin egen nyhetsvarsling enn å måtte oppsøke kommunens nettsider. Facebook kan også bidra til å øke frivilligheten og det lokale engasjementet utover de digitale flatene.
8. Etablere rutiner og retningslinjer for journalføring og arkivering av henvendelser fra innbyggerne via sosiale medier.

Ansvar

Rådmannen og sektorlederne
Informasjonskonsulenten og resepsjonen



Twitter

En tjeneste som formidler meldinger og nyheter på 140 tegn. Godt egnet for smarttelefoner.

Mål

Bindal kommune skal bruke Twitter som en kanal for raskt å nå ut med nyheter for bindalinger og om Bindal.

Tiltak

Bindal kommune skal innen 1. juni 2014 ta i bruk tjenesten for raskt å nå ut med nyheter som samtidig publiseres på nettsiden og på Facebook-siden.

Nyheter fra nettsiden til kommunen vises automatisk på Twitter. Brukere som følger Bindal kommune på Twitter får dermed rask varsling.

Ansvar

Informasjonskonsulenten og resepsjonen.



En tjeneste for å lagre og vise filmer

Mål

Bindal kommune skal bruke YouTube til å vise filmer fra Bindal og om Bindal som en del av profileringen av Bindal.

Tiltak

Det er allerede etablert en side her.

Her legges animasjonsfilmer produsert av Bindal kulturskole.

Etter hvert bør det også lages filmer som presenterer forskjellige sider av Bindalssamfunnet.

Ansvar

Informasjonskonsulenten
Rektor Bindal kulturskole



En tjeneste for å lagre og vise fotografier.

Mål

Bindal kommune skal bruke Flickr til å vise bilder fra Bindal og om Bindal som en del av profileringen av Bindal.

Tiltak

Det er allerede etablert en side her, med flere ulike «set» (album). Det finnes fotoalbum her som viser vakker natur og folk som trives.

Ansvar

Informasjonskonsulenten



Bindal kommune skal fortsette å gi ut informasjonsbladet *Båtsaumen* fem ganger i året i samarbeid med Kirken i Bindal (Menighetsbladet). Bladet sendes til alle husstander og til vel hundre abonnenter utenfor kommunen.