

DIARIENUMMER: KS 233/2015 901
FASTSTÄLLD: 2016-02-09
VERSION: 1
SENAST REVIDERAD: åååå-mm-dd
GILTIG TILL: 2020-01-01
DOKUMENTANSVAR: Fullmäktige

Policy

Kommunikationspolicy för Herrljunga kommun

Dokumentet antas av kommunfullmäktige och gäller för kommunens samtliga förvaltningar.



Våga vilja växa!

Innehåll

Herrljunga kommuns kommunikationspolicy.....	2
Vad betyder kommunikation?	2
Våra visionsspår	2
Målet med vår kommunikation.....	3
Strategi	4
Målgrupper	4
Informationskanaler	4

Herrljunga kommuns kommunikationspolicy

Syftet med Herrljunga kommuns kommunikationspolicy är att tydligt förklara hur vi ska arbeta med extern och intern kommunikation.

Det övergripande målet är att vår kommunikation ska vara sann, tydlig och snabb.

Utifrån kommunikationspolicyn kan man sedan arbeta fram kommunikationsplaner för olika händelser och processer som påverkar och berör invånarna. En kommunikationsplan klargör hur, när och genom vilka kanaler kommunikationen rent konkret ska ske.

Vad betyder kommunikation?

Inom en kommunal organisation kan ordet ”kommunikation” ha olika betydelser. I det här fallet handlar det om följande:

Extern kommunikation

Extern kommunikation, som är riktad till alla medborgare som är bosatta i Herrljunga kommun och till alla andra som har ett intresse för Herrljunga. Här innefattas alla, från enskilda individer till företag och organisationer, både regionalt, nationellt och internationellt. En speciellt viktig målgrupp är massmedia, som fortfarande är en viktig kanal för att nå ut till medborgarna.

Ett exempel på extern kommunikation kan vara vid kris, då det är av största vikt att kommunen informerar snabbt och korrekt. Andra exempel kan vara positiva exempel i den kommunala organisationen som vi vill lyfta fram, eller motsatsen, sådant som kan uppfattas som negativt, men som medborgarna har ett behov av att få veta.

Intern kommunikation

Intern kommunikation handlar om hur vi kommunicerar med varandra i organisationen, och det gäller framför allt nyheter och information som riktar sig till anställda och förtroendevalda, och som är av litet intresse för allmänheten.

Exempel på intern kommunikation kan gälla organisationsförändringar, lokalfrågor, personal- och lönefrågor, som påverkar den enskilde arbetstagaren mycket. Det är viktigt att denna kommunikation fungerar, för att förebygga onödig ryktesspridning samt att effektivisera verksamheten genom att berätta för varandra vad som är på gång.

Våra visionsspår

Det övergripande syftet med vår kommunikationspolicy kopplas till visionsspåren i vår utvecklingsplan ”Växtkraft 10.000 - Våga, vilja, växa.”

Vår vision är att Herrljunga år 2020 är en kommun:

Där det är ”gott att leva”.

Medborgarna ska kunna lita på den information som ges i kommunens kanaler. Detta är viktigt för hur man upplever sitt eget sammanhang. Vi prioriterar medborgardialog via sociala medier. Sociala medier är i dag en mötesplats för många och här finns en möjlighet till direkt dialog med medborgarna, som inte finns på samma direkta vis i våra traditionella kanaler, till exempel Synpunkten, att skriva ett mail eller att skriva ett brev till kommunen.

Som tagit flera steg närmare en långsiktigt hållbar kommun.

Vi prioriterar information om det miljöarbete som görs, för att öka kommuninnevånarnas delaktighet i miljöfrågor och vad som kan göras för att skapa ett mera hållbart samhälle.

Med en tydlig och välkomnande VI-känsla i kommunen.

Vi rapporterar om de förhållanden som råder i den kommunala organisationen. Vi förskönar inte. Genom att så långt det är möjligt ge en sann och heltäckande bild, skapar vi på sikt trovärdighet för Herrljunga kommun som organisation samt för Herrljunga som geografiskt område. Vi ska inte låta bli att informera om det som kan upplevas som negativt.

Med ett dynamiskt och lokalt förankrat näringsliv.

Vi kommunicerar lokala företagsnyheter och stödjer näringslivets kontakter med den kommunala organisationen. Perspektivet ska vara att den kommunala organisationen är till för medborgarna, och här ingår det lokala näringslivet.

Herrljunga kommun har en välskött kommunal ekonomi.

Genom att rapportera om ekonomi, budgetarbete och årsbokslut, så bidrar vi med information om det ekonomiska läget på ett lättfattligt sätt.

Herrljunga kommun arbetar i enlighet med det av kommunfullmäktige fastställda personalpolitiska programmet.

Vi tar hänsyn till det personalpolitiska programmet i vårt kommunikationsarbete, framför allt om någon anställd i Herrljunga kommun är inblandad i något som kan betecknas som en besvärlig situation. Om en händelse kan förklaras med ”den mänskliga faktorn”, så iakttar vi extra försiktighet.

Målet med vår kommunikation

Internt inom kommunens organisation

Medarbetare och förtroendevalda ska vara informerade om vad som händer i den kommunala organisationen och ha stort förtroende för de kanaler vi använder, framför allt KomNet, som är vår primära informationskanal inom organisationen.

Externt

Herrljunga kommun ska uppfattas som en öppen, transparent och trovärdig organisation.

Strategi

Det övergripande målet för all kommunikation är att den ska vara sann, tydlig och snabb.

Det betyder i praktiken följande:

Vi ska vara proaktiva. Vi informerar först och ligger före media. Vi tar egna initiativ och ser till att äga våra frågor, även det handlar om information som kan uppfattas som negativ. Vår information ska vara enkel. Vi ska uttrycka oss på ett sådant sätt att informationen ska kunna förstås av alla. Måste komplicerade termer användas, så ska de förklaras. Vår kommunikation ska vara korrekt.

Målgrupper

Målgrupper för intern kommunikation

Alla som jobbar för Herrljunga kommun.
Förtroendevalda i Herrljunga kommun.

Målgrupper för extern kommunikation

Alla medborgare som bor i vår kommun.
Massmedia.
Föreningslivet.
Näringslivet.
Organisationer och andra kommuner.
Statliga myndigheter.

Informationskanaler

Kanaler för intern information

Komnet.
Mailutskick.

Kanaler för extern information

Kommunens hemsida.
Kommunens Facebook-sida.
Utskick till media.
Våga, vilja, växa-annons i Knallebladet.
Kommuntidning med Alingsås Tidning.

Kommunikationsplaner ska upprättas för händelser/förändringsprocesser som påverkar och berör medborgarna. Dessa planer beskriver vad som konkret ska göras i kommunikationsarbetet, och gäller under en begränsad tid.

En särskild plan för kriskommunikation finns. Vid kris ska den information vi ger vara korrekt och snabb. Medborgarna ska få den information vi har så snabbt som det är möjligt för att förhindra ryktesspridning och att felaktig information kommer från andra håll.