

KOMMUNIKASJONSSTRATEGI **TRØNDELAG** 2018 2020





INNLEDNING

Trøndelag fylkeskommune er en viktig aktør for utviklingen av Trøndelag.

Kommunikasjonsstrategien er et styringsverktøy for hvordan vi kommuniserer med hverandre og omverdenen, og skal bidra til at vi når våre mål og styrker posisjonen som regional utvikler.

Kommunikasjonsstrategien gjelder for alle medarbeidere i Trøndelag fylkeskommune.





Kommunikasjonsstrategien er forankret i Trøndelag fylkeskommunes visjon og verdier.

Visjon:

Vi skaper historie

Visjonen skal inspirere både medarbeidere og innbyggere. Den skal både minne om store trønderske prestasjoner i vår tid og samtidig vise til milepæler i Norgeshistorien på trøndersk grunn. Det å skape historie, enten det er i et laboratorium, en skiløype eller i en folkevalgt forsamling, forener oss og gjør oss stolte.

Verdier:

Åpen og nysgjerrig i holdning.

Modig og ansvarlig i handling.

Åpen:

Det skal være lett å forstå hva fylkeskommunen driver med og vi skal formidle på en måte som alle kan forstå. Raushet, humør, åpenhet og vilje til endring skal være viktig kjennetegn for oss i kommunikasjon med mennesker og andre virksomheter.

Nysgjerrig:

Vi skal aktivt søke ny kunnskap for å lære av andre. Det betyr at vi søker nye måter å tenke og handle på, for å være med på utviklinga i samfunnet, lokalt, regionalt og nasjonalt.

Modig:

Vi skal utfordre vedtatte sannheter. Samtidig skal vi ha mot og evne til å omsette nye ideer til handling. Vi skal utvikle nye måter å jobbe og kommunisere på.

Ansvarlig:

Vi har ansvar for å gi tjenester av god kvalitet til våre brukere, og vi skal bidra til en bærekraftig samfunnsutvikling.

NYE TRØNDELAG

Trøndelag fylkeskommune ble etablert 1. januar 2018. Vi er en organisasjon med stor bredde i tjenester og oppgaver. Totalt er vi 4500 ansatte spredt på mange steder og som representerer mange yrker. Derfor er det viktig at vi har en felles strategi for hvordan vi skal kommunisere med omverdenen og hverandre. En omdømmeundersøkelse gjennomført våren 2018 peker på noen utfordringer vi har. Undersøkelsen viser for eksempel at vi generelt er lite synlig, og at jo yngre målgruppen er desto mindre synlig oppfatter de oss. Slike funn bør vi ta hensyn til når denne kommunikasjonsstrategien omsettes i kommunikasjonsplaner for ulike virksomheter.

Samtidig peker omdømmeundersøkelsen på mange positive forhold, som at trøndere flest ønsker et folkevalgt forvaltningsnivå mellom stat og kommune. Mange har også tillit til at vi forvalter offentlige midler på en god måte og at vi leverer gode tjenester. Dette er et godt utgangspunkt for vårt videre arbeid med fylkeskommunens omdømme.

Det er viktig at fylkeskommunen er synlig hos mange ulike målgrupper.

Kommunikasjonsstrategien er førende for andre strategier og planer på kommunikasjonsområdet:

- Krisekommunikasjon
- Retningslinjer for mediekontakt
- Grafisk profil
- Kanalstrategi
- Retningslinjer for sosiale medier
- Kommunikasjonsplaner for prosjekt og aktiviteter i seksjoner og fagavdelinger



ORGANISERING OG ANSVAR

LEDERNE

Kommunikasjon er et lederansvar. Kommunikasjon og informasjon skal være integrert i plan og styringsdokumenter. Kommunikasjonsansvaret følger linjeprinsippet.

Dette betyr at ledere for de enkelte fagområder har et særlig ansvar for å:

- **Integrere** kommunikasjon som virkemiddel i alt faglig arbeid
- **Følge opp** kommunikasjonsstrategien med konkrete planer og tiltak
- **Gjøre** kommunikasjonsansvaret i seksjonen godt kjent for alle medarbeidere

Den enkelte leder skal informere sine medarbeidere om saker som angår virksomheten, den enkelte avdeling og seksjonen.

Medarbeidere skal bidra med informasjon om sine saksfelt på fylkeskommunens nettside og intranett.

FOLKEVALGTE

Politiske kommentarer og uttalelser i media og i det offentlige rom ligger til det folkevalgte nivået. Administrasjonen bistår med å formidle fakta i pågående politiske saker og prosjekt, samt formidle politiske vedtak. Det skal være et tydelig skille mellom administrative og politiske uttalelser

MEDARBEIDERE OG YTRINGSFRIHET

Alle ansatte kan ha en offentlig mening om fylkeskommunens virksomhet. Brudd på taushetsplikten og uttalelser som ikke er tillatt ved lov, som f.eks trakasserende bemerkninger er ikke innenfor ytringsfriheten.



Ytringsfrihet er sentralt som grunnlag for gode tjenester og forbedringer. Fylkeskommunen skal utvikle ytringskultur både internt og eksternt.

PRINSIPP FOR MEDIEUTTALELSER

Spørsmål som gjelder fylkeskommunens overordnede mål, budsjett eller forhold knyttet til politiske organ skal bare håndteres av fylkesrådmannen eller den han utpeker i den aktuelle saken. Fylkesdirektører og seksjonssjefer kan uttale seg på vegne av sine fag og vedtaksområder.

Fagpersoner og saksbehandlere kan i noen sammenhenger være fylkeskommunens talspersoner. De skal alltid orientere lederen sin om forespørsler fra media og planlagte utspill på vegne av fylkeskommunen.



ROLLER

Fylkeskommunen har mange ulike roller. Riktig og god rolleforståelse er avgjørende for at kommunikasjonen blir presis.

- **TJENESTEYTER:** videregående opplæring, samferdsel (kollektivtrafikk, skoleskyss, bestillingstransport, fylkesveger, trafikkisikkerhet), tannhelse og kultur.
- **FORVALTER:** forvaltningsorgan for ulike lover og regelverk som kulturminner, løyver, marin sektor, viltforvaltning, friluftsliv.
- **UTVIKLINGSAKTØR:** regional nærings- og samfunnsutvikling i samspill med kommuner og partnere for øvrig.
- **REGIONAL PLANLEGGING:** regional planlegger og pådriver i plan, miljø og arealsaker, samt folkehelse.
- **EIER:** offentlige bygg, kulturinstitusjoner – og en rekke prosjekter.
- **INNKJØPER:** rammeavtaler på infrastruktur, forbruksvarer og tjenestekjøp til fylkeskommunens virksomheter og samarbeidende kommuner-
- **ARBEIDSGIVER:** for om lag 4500 medarbeidere.
- **MEDSPILLER/PARTNER:** i samarbeid mellom forvaltningsnivå og organisasjoner lokalt, nasjonalt og internasjonalt.
- **REGIONALT FOLKEVALGT ORGAN:** representere innbyggerne og trønderske interesser uavhengige av og utover definerte ansvarsområder.

KOMMUNIKASJONSMÅL

Fylkeskommunen arbeider for innbyggernes interesser, og tillit fra innbyggerne er nødvendig for å lykkes. Vi skal gi folk gode tjenester, vi skal være en medspiller for næringslivet og andre offentlige aktører – og vi skal være en god arbeidsgiver. Dette er et felles ansvar for alle i Trøndelag fylkeskommune.

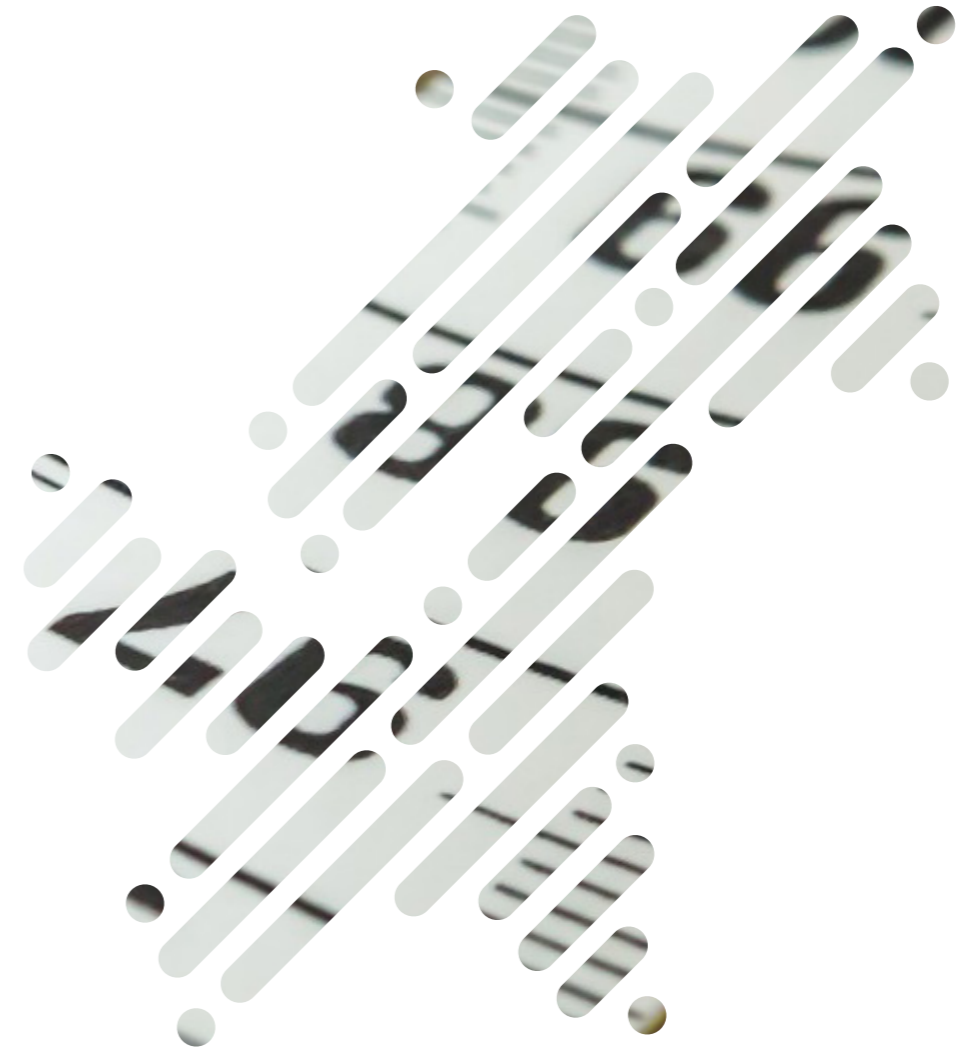
Hver og en av oss forvalter organisasjonens omdømme.

Kommunikasjonsmål eksternt:

- Vi skal gi god og aktuell informasjon om våre tjenester og ulike roller
- Vi skal delta i samfunnsdebatten og videreutvikle kanaler som skaper dialog
- Vi skal bygge tillit og godt omdømme hos våre brukere, innbyggere og samarbeidspartnere
- Vi skal synliggjøre våre politiske organer og vedtak
- Vi skal kommunisere effektivt, målrettet, helhetlig og forståelig
- Vi skal utvikle gode og effektive digitale tjenester for kommunikasjon med våre innbyggere

Kommunikasjonsmål internt:

- Det skal tilrettelegges for at det er enkelt å kommunisere og dele informasjon og kompetanse
- Vi skal gi alle ansatte tilgang kjennskap til hovedtrekkene i det som skjer i virksomhetene
- Vi skal bygge identitet, tilhørighet og stolthet til fylkeskommunen
- Arbeidsgiver skal gjennomføre god dialog og kommunikasjon med tillitsvalgte og verneombud



STRATEGISKE GREP

For å nå kommunikasjonsmålene våre må vi gjøre tydelige og prioriterte strategiske valg.

Seksjon kommunikasjon skal bistå lederne i arbeidet med å nå kommunikasjonsmålene.

Seksjon kommunikasjon har ansvar for å legge til rette for oppfølging intern og ekstern kommunikasjon i fylkeskommunen.

INTERNKOMMUNIKASJON

God internkommunikasjon er avgjørende for å sikre medarbeidernes deltakelse og tilhørighet i fylkeskommunen.

Derfor skal vi:

- Utvikle Yammer som en åpen og foretrukket intern kommunikasjonskanal
- Videreutvikle interne møteplasser som allmøter og avdelingsmøter
- Gjøre lederne gode i linjekommunikasjon
- Styrke og forbedre kompetansen knyttet til intern kommunikasjon



MEDIEHÅNDTERING

Media er viktig for å sikre at innbyggerne får god og riktig informasjon. Vi skal møte media på en åpen og profesjonell måte, og bidra til at media får den informasjon og service de trenger for å utøve sitt samfunnsoppdrag.

Derfor skal vi:

- Ha tydelige budskap og være en tydelig avsender
- Ha nøkkelinformasjon oppdatert og lett tilgjengelig på vår nettside
- Orienter kommunikasjonsseksjonen rutinemessig om henvendelser fra media når sakene er av prinsipiell karakter eller kan få stor oppmerksomhet. Kommunikasjonsseksjonen skal alltid kontaktes før planlagte utspill i media
- Send viktige politiske møter og hendelser direkte

HELHETLIG GRAFISK PROFIL

Vi skal framstå med en helhetlig profil i alle våre virksomheter. På den måten skaper vi gjenkjennelse og synliggjør vår rolle som eier og leverandør av tjenester. Et entydig uttrykk med våpenskjoldet i sentrum, bygger tillit eksternt og samhörighet internt.

Derfor skal vi:

- Ha en tydelig og gjennomgående grafisk profil basert på konserntenkning der Olavskorset er vårt synlige merke for alle virksomheter
- Videreutvikle en tydelig grafisk profil som preger all kommunikasjon i fylkeskommunen – både internt og eksternt
- Utvikle et godt bildearkiv til bruk i våre kanaler
- Forankre ansvaret for forvaltning av visuell profil i kommunikasjonsseksjonen, som skal godkjenne all bruk av designprofil og logo

MÅLING

Vi må evaluere vår kommunikasjon systematisk for å sikre at den er effektiv og målrettet. Dette vil være viktig for at vi når våre kommunikasjonsmål og gir et grunnlag for forbedringer.

Derfor skal vi:

- Bygge kompetanse om måling som verktøy i kommunikasjonsseksjonen
- Måle og evaluere kommunikasjonsarbeidet, og kjennskap og omdømme til fylkeskommunen
- Utarbeide rapporter på synlighet som de ulike seksjonene kan bruke i sitt arbeid

Seksjon kommunikasjon skal være en koordinator for innsamling av data som gjelder kommunikasjon.

KLARSPRÅK

Vi skal bli forstått av alle innbyggere. Alle medarbeidere skal enkelt kunne sette seg inn i prosedyrer og regelverk.

Derfor skal vi:

- Forankre all kommunikasjon og saksforberedelse i prinsipper om klarspråk
- Tilpasse språket til målgruppen
- Bygge opp kompetanse på arbeid med klarspråk
- Utvikle gode maler for saksforberedelse og svar på søknader og tilskudd



VÆRE AKTUELLE

Vi skal sette dagorden og ta eierskap og ansvar i aktuelle saker.

Derfor skal vi:

- Delta i samfunnsdebatten der den er
- Bidra til å få fram relevant og aktuell informasjon for å stimulere den offentlige debatten
- Ha spesiell oppmerksomhet på saker som kan være konfliktfylte
- Aktivt formidle rapporter og analyser
- Synliggjøre fylkeskommunen som et attraktivt sted å jobbe

KANALER

Folks kommunikasjonsvaner er i endring. Sosiale kanaler er foretrukket for mange av våre målgrupper, og informasjonen blir stadig mer digital. Trøndelag fylkeskommune må tilpasse seg denne virkeligheten.

Derfor skal vi:

- Seksjon kommunikasjon har systemansvar for de plattformer som brukes som kommunikasjonskanaler i Trøndelag fylkeskommune
- Seksjon kommunikasjon har det overordnede ansvar på vegne av fylkesrådmannen for innhold på nettsiden til fylkeskommunen, intranett og profiler i sosiale medier
- Utvikle www.trondelagfylke.no som den viktigste elektroniske kanalen, og som møter brukerne på en effektiv og moderne måte
- Utvikle skolenettsider som bygger tilhørighet mellom skole og elev/foresatte og synliggjør fylkeskommunen som skoleeier
- Samordne aktiviteten mellom nett og sosiale medier

Seksjon kommunikasjon har det overordnede ansvar på vegne av fylkesrådmannen for innhold på nettsiden til fylkeskommunen, internett og profiler i sosiale medier.

PRIORITERTE MÅLGRUPPER

Våre målgrupper er delt inn i følgende fem hovedgrupper:

- Brukere av tjenestene våre
- Media
- Medarbeiderne
- Kommuner, fylkeskommuner, stat
- Andre samarbeidspartnere

Målgruppene vil variere ut fra saksområde – og også være forskjellige for våre virksomheter. Derfor må målgrupper identifiseres mer presist, og prioritere fra gang til gang ut i fra hva vi skal formidle.



VALG AV KANALER

Valg av kanal må vi vurdere fra gang til gang. Vi må være på de arenaer der vi finner våre målgrupper. Dette er våre prioriterte kanaler:

- **Nettsider**
www.trondelagfylke.no er vår prioriterte nettside
Skolene sine nettsider
- **Sosiale medier**
Trøndelag fylkeskommune er vår prioriterte Facebookside
- **Media**
Redaksjonell omtale
Pressemeldinger
Kronikker
Pressemøter
Annonser
- **Publikasjoner**
Strategier/rapporter
Budsjett/regnskap
- **Møteplasser**
Trøndelagsmøtet
Deltakelse i råd, styrer og utvalg
Foredrag
Resepsjon/kantiner på fylkeshusene
- **Interne kanaler**
Intranett
Yammer
Allmøter
Avdelingsmøter



VI SKAPER HISTORIE