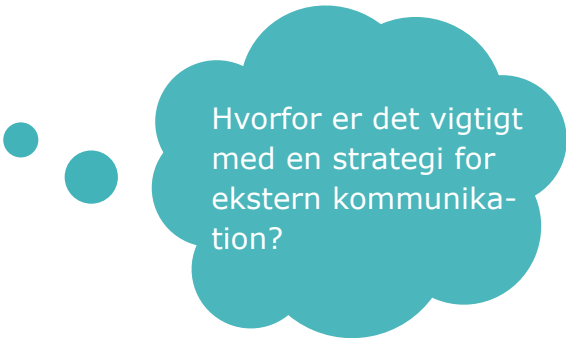


EKSTERN KOMMUNIKATIONSSTRATEGI FOR HOLBÆK KOMMUNE



**Holbæk
Kommune**

Overordnet formål



Hvorfor er det vigtigt med en strategi for ekstern kommunikation?

Kommunikationsstrategien angiver med udgangspunkt i den overordnede vision og strategier for Holbæk Kommune de mål, fokusområder og konkrete indsatser, der er prioriteret i Holbæk Kommunes eksterne kommunikation i perioden 2016-2018. Den eksterne kommunikationsstrategi lægger sig således tæt op ad koncernledelsens strategiplan og den retning, den udstikker.

Holbæk Kommune er de seneste år slået ind på en ambitiøs forandringskurs, og den eksterne kommunikationsstrategi understøtter Holbæk i Fællesskab og ambitionerne om Holbæk Kommune som en stærk medspiller. Én, der løser hverdagens opgaver og udvikler fremtidens muligheder sammen med borgere, virksomheder og foreninger.

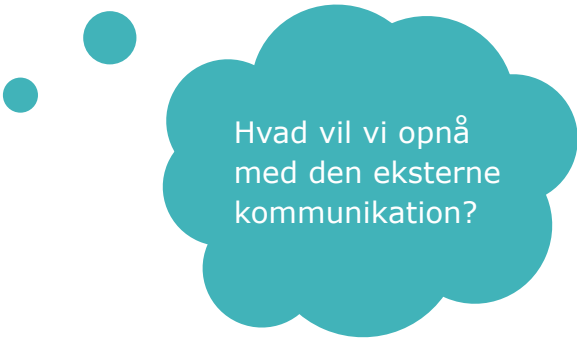
Det betyder, at den eksterne kommunikationsstrategi:

- bidrager til en fælles kommunikationskultur, hvor dialog er prioriteret, og borgerne oplever at blive mødt i øjenhøjde.
- bidrager til, at organisationen Holbæk Kommune opleves let tilgængelig, troværdig og kompetent.
- understøtter, at borgerne kan betjene sig selv.
- bidrager til at styrke Holbæk Kommunes omdømme, både som geografisk område og som organisation.

Det leder os frem til følgende formål:

Den eksterne kommunikation i Holbæk Kommune understøtter via strategisk prioriterede indsatser de kommende års udvikling og udfordringer ved at styrke dialogen med omverdenen og ved at gøre kontakt og samarbejde med Holbæk Kommune let-tilgængeligt og relevant.

Kommunikationsmål



Hvad vil vi opnå med den eksterne kommunikation?

Den eksterne kommunikationsstrategi bidrager til, at organisationen rykker i den retning, som er udstukket i byrådets vision og i koncernledelsens strategiplan. Derfor er målet for den eksterne kommunikation, at:

- borgere, foreninger og virksomheder kender til mulighederne for dialog og samarbejde med medarbejdere, ledere og politikere i Holbæk Kommune.
- borgere, foreninger og virksomheder oplever medarbejdere og ledere i Holbæk Kommune som åbne og indstillet på dialog.
- borgere, foreninger og virksomheder oplever at blive mødt i øjenhøjde.
- borgere, foreninger og virksomheder oplever, at medarbejdere og ledere i Holbæk Kommune kommunikerer vedkommende og forståeligt
- borgere, foreninger og virksomheder har et generelt positivt indtryk af organisationen Holbæk Kommune og de medarbejdere og ledere, den består af.
- det geografiske område Holbæk Kommune omtales overvejende positivt i traditionelle medier og på sociale medier.
- borgere, foreninger og virksomheder oplever, at det er nemt at indhente information og betjene sig selv.

Fokusområder

Den strategiske retning for ekstern kommunikation i Holbæk Kommune kræver stærke valg og klare holdninger til kommunikationen, og de følgende fokusområder er prioriteret ud fra:

- det, der giver mest effekt i forhold til samskabelse.
- det, der giver mest effekt i forhold til effektivisering.
- det, borgerne angiver betyder mest for dem.

1. Dialog

Holbæk Kommune ønsker endnu mere dialog og samarbejde med borgere, foreninger og virksomheder. For udvikling i fællesskab kræver dialog og gensidigt engagement.

Vi arbejder med en bred palette af samarbejdsformer, så vi altid kan vælge den rette form til rette målgruppe og formål. Vi gør endvidere dialog og samarbejde så tilgængeligt som muligt ved som udgangspunkt altid at vælge de kanaler og mødesteder, som de involverede borgere, foreninger og virksomheder i forvejen bruger. Vi insisterer ikke på at føre dialogen "hos os selv", men udvikler og stiller naturligvis vores egne kommunikationskanaler til rådighed, når borgere, foreninger og virksomheder ønsker dialogen dér.

Samtidig prioriterer vi at synliggøre dialog- og samarbejdsmuligheder på alle Holbæk Kommunes kommunikationskanaler for på den måde at gøre det nemt at orientere sig om mulighederne og for at skabe gennemsigtighed i arbejdet.

En god og kontinuerlig dialog forudsætter desuden, at medarbejderne har den nødvendige viden og kompetencer til at indgå. Det stiller krav til den interne kommunikation og kommunikationskultur, hvilket programmet En Stærk Medspiller og den interne kommunikationsstrategi netop fokuserer på.

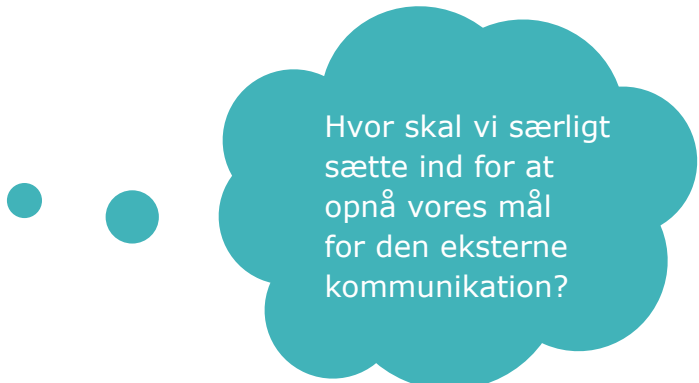
2. Relationer

Borgere går i dialog med mennesker, ikke med institutioner. Den gode relation er således en forudsætning for dialog og samarbejde, da menneskelig respekt og relationer bidrager til forståelse for hinanden og hinandens synspunkter.

Følelsen af at blive mødt af "et rigtigt menneske" styrker vi ved at synliggøre og sætte ansigt på de mennesker, som udgør organisationen Holbæk Kommune. De mennesker, der gør deres bedste for at være den medspiller, som borgerne har brug for.

Det gør vi ved at prioritere det fysiske møde, men i lige så høj grad ved aktivitet på sociale medier og i vores kommunikation i øvrigt. Samtidig prioriterer vi at være imødekommende, nærværende og autentiske. Det betyder for eksempel, at vi i langt de fleste tilfælde underskriver os med navn i stedet for enhed, at vi kommunikerer i et letforståeligt dagligdags-sprog, og at vi benytter mange lokale billeder.

Enhver medarbejder i organisationen bør arbejde på at skabe gode relationer, men den konkrete funktion og opgave afgør, hvordan og i hvilket omfang. Der kan for eksempel være situationer, hvor det i stedet for en "almindelig" medarbejder må være en chef, direktør eller politiker, der sætter ansigt på kommunen.



Hvor skal vi særligt sætte ind for at opnå vores mål for den eksterne kommunikation?

3. Omdømme

Den kommunale organisation forandrer sig, og det samme gør området Holbæk Kommune. Flere flytter til, nye aktiviteter ser dagens lys, og området bliver oplevet mere erhvervsvenligt end tidligere. Det kan vi være stolte af, og det vil vi bruge aktivt til at styrke vores omdømme.

Et godt omdømme skabes gennem konkrete handlinger. Men målrettet kommunikation kan skubbe på udviklingen. Derfor formidler vi, at Holbæk Kommune er inde i en positiv udvikling, hvor borgere, virksomheder, organisationer og løst knyttede netværk går nye veje og opnår gode resultater. I den forbindelse er en af organisationen Holbæk Kommunes vigtigste opgaver at være katalysator for samarbejde og fælles udvikling. Når vi fortæller de gode historier, træder vi derfor gerne lidt i baggrunden for at give plads til samarbejdspartnere og fællesskabets succeser.

Vi bruger kommunikationen til at præsentere "dem fra Holbæk Kommune" og til at vise de fælles aktiviteter og initiativer. Det skal bidrage til, at Holbæk Kommune kendes som et sted, hvor mennesker sammen udvikler usædvanlige ting.

I vores *proaktive* kommunikationsindsats prioriterer vi historier om:

- **Fællesskab:** Det handler om de fællesskaber, som "dem fra Holbæk Kommune" indgår i, og som er en gevinst for den samlede kommune.
- **Aktivitet:** Det handler om events og arrangementer, både kultur, sport, handel mv.
- **Vækst:** Det handler om nye initiativer og positiv udvikling.
- **Den gode hverdag:** Det handler om bosætningsmuligheder samt plads og tid til familien.

4. Selvbetjening

Langt de fleste mennesker oplever det som en god service at kunne finde information og betjene sig selv 24/7. Derfor skal borgere, foreninger og virksomheder i Holbæk Kommune have let og smidig adgang til at finde information og betjene sig selv på nettet. Når borgerne selv finder og giver information, betyder det samtidig, at de kommunale ressourcer kan udnyttes bedre.

Hjemmesiden er den primære kanal til selvbetjening. Derfor prioriterer vi at styrke kendskabet til hjemmesidens muligheder og på at lette adgangen fra andre platforme, primært søgemaskiner som Google.

Men borgerne skal ikke bare ind på siden. De skal også opleve at få klaret deres ærinde. Derfor styrker vi hjemmesiden sprogligt og funktionelt.

Hjemmesiden skal – udover selvbetjening – også understøtte de øvrige indsatsområder. Derfor vil information om fællesskab, dialog, vækst og bosætning blive prioriteret.

Aktiviteter

For hvert af de fire fokusområder er tilknyttet en række konkrete aktiviteter. Udover disse gennemfører kommunikationsteamet i Strategi og udvikling en rundtur til alle kerneområder mfl. for at præsentere strategien og drøfte, hvordan strategien kan gøres til virkelighed på hvert enkelt område.

Som opfølgning til strategien findes en mere udførlig handleplan. I den er konkrete målepunkter/KPI'er beskrevet. Målingerne bliver brugt ved en midtvejsevaluering – og eventuelt justering af strategi og handleplan – i sommeren 2017 og ved en endelig evaluering i sommeren 2018.

	Fokusområde	Aktivitet	Måling
1.	Dialog	Vi vil: <ul style="list-style-type: none">deltage i borgere, foreninger og virksomheders arrangementer.synliggøre fælles-skaberne.understøtte fysiske møder med andre muligheder for at bidrage (eksempelvis digitale mødeformer).afprøve nye former for dialog.skabe mere og bedre dialog med borgere, foreninger og virksomheder. (dette opnås i høj grad via ledelsesgrundlaget og andre indsatser i programmet En Stærk Medspiller).kortlægge og benytte de Facebookgrupper, lokalblade, informationstavler mm., der kan benyttes til at gøre opmærksom på dialog og samarbejde.konsekvent benytte lokalområdernes inforskærme.sætte fokus på dialog og fællesskab på egne kommunikationskanaler som holbaek.dk og subsites, Nyt fra Holbæk Kommune samt Facebook.gøre flest mulige medarbejdernes kontaktdata synlige på hjemmesiden.	Borgerpanelet, sommeren 2017 Temperaturmålinger i En Stærk Medspiller Data fra Facebook Data fra holbaek.dk
2.	Relationer	Vi vil: <ul style="list-style-type: none">synliggøre muligheden for at møde kommunens medarbejdere på sociale medier, fx via en kampagne a la "Mød os på Facebook".gøre Holbæk Kommunes medarbejdere og deres engagement tydeligt på egne kommunikationskanaler som holbaek.dk, Nyt fra Holbæk Kommune og Facebook.skrive forståelige tekster med professionelt nærvær, blandt andet via projektet Bedre Breve.	Borgerpanelet, sommeren 2017 Temperaturmålinger i En Stærk Medspiller Data fra Facebook Data fra holbaek.dk

Hvordan vil vi nå vores kommunikationsmål?

Fokusområde

Aktivitet

Måling

3.

Omdømme

Vi vil:

- opsøge og formidle historier om de fire temaer: "den gode hverdag", "fællesskab", "aktivitet" og "vækst" til lokal og national presse.
- arbejde på at borgere, foreninger og virksomheder i højre grad udtaler sig i vores presse- og nyhedsformidling (synliggøre fællesskabet).
- tage initiativ til strategiske samarbejder om presse og oplæg/optrædener, hvor fokus er på de fire temaer: "den gode hverdag", "fællesskab", "aktivitet" og "vækst".
- gennemføre en tilflytterindsats, der fremhæver styrkerne ved området Holbæk Kommune.
- oprette en boks på holbaek.dk med borgere, foreninger og virksomheder billeder fra lokale begivenheder.

Borgerpanelet, sommeren 2017

Data fra Infomedia

Data fra Facebook

Data fra holbaek.dk

Data fra velkommentilholbaek.dk

Data fra elektroniske annoncer

4.

Selvbetjening

Vi vil:

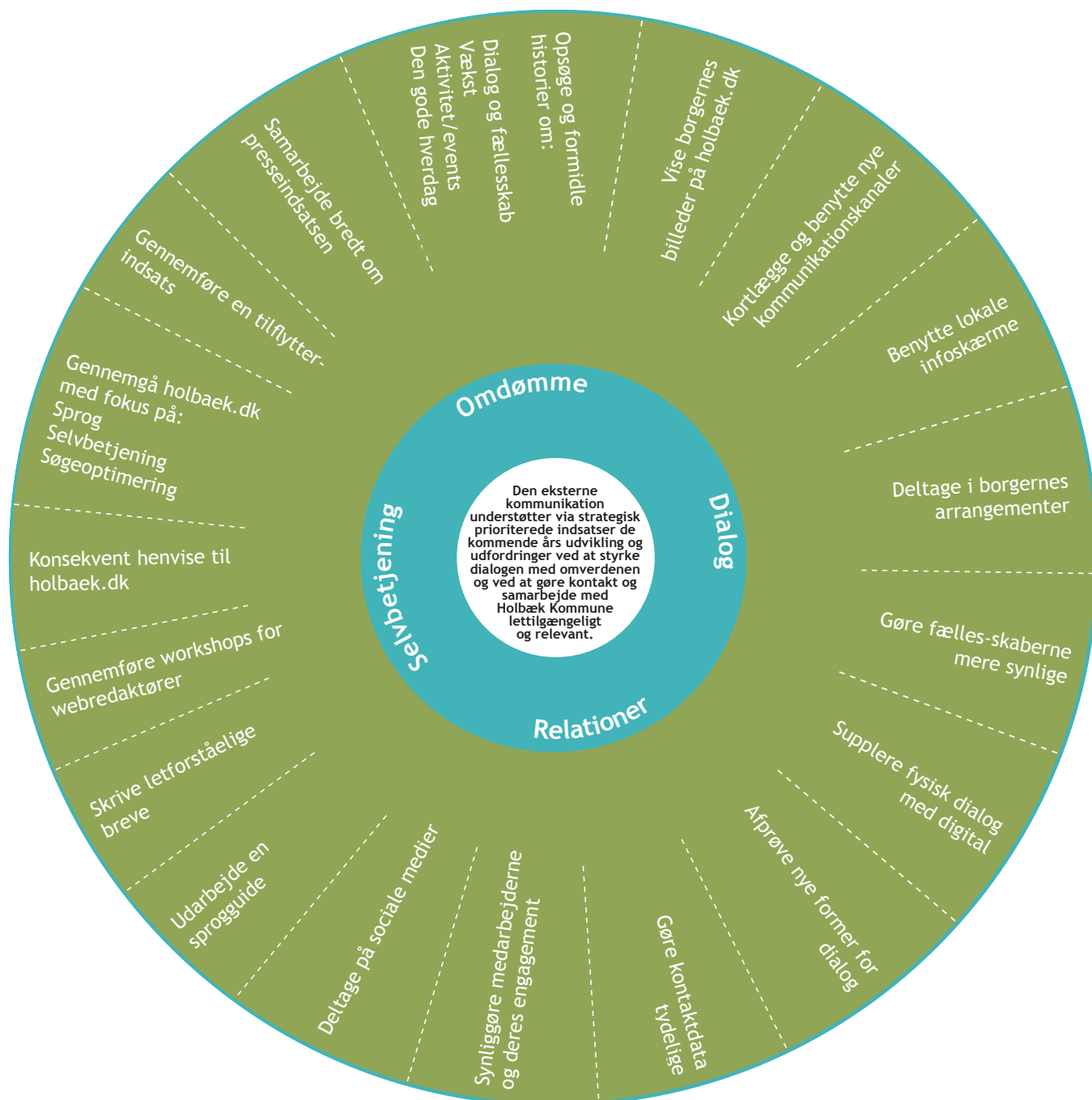
- gennemgå holbaek.dk og subsites med fokus på
 - selvbetjening
 - sprog og forståelse
 - fremhævninng af mest brugte sider og oftest stillede spørgsmål
 - søgeoptimering (på siden og fra søgemaskiner).
- henvise til web fra alle trykte produkter og sociale medier, når det giver mening.
- styrke samarbejdet mellem Borgerservice og kommunikationsteamet i Strategi og udvikling mhp. at være proaktive omkring oftest stillede spørgsmål.
- holde workshops med decentrale webredaktører for at styrke selvbetjening, sprog og forståelse samt søgeoptimere siden.

Borgerpanelet, sommeren 2017

Data fra holbaek.dk

Ekstern kommunikationsstrategi i overblik

- 1 Formålet med den eksterne kommunikation.
- 2 Fokusområder, som skal særligt prioriteres.
- 3 Aktiviteter, der skal bidrage til at opnå formålet.



Har du brug for gode råd til dialog, relationer, omdømme eller selvbetjening i din eksterne kommunikation, så ring til kommunikationsteamet i Strategi og udvikling på 7236 XXXX

