

# Kommunikations- strategi

**Tranås kommun**



## Inledning – Varför kommunicerar vi?

Kommunikation är ett strategiskt verktyg som ska bidra till att utveckla, förmedla och förankra vision, verksamhetsmål och beslut, både internt och externt.

Genom att planera vår kommunikation kan vi vara med och påverka hur och vad vi kommunicerar, och därmed också påverka bilden och uppfattningen om vår organisation. På så sätt kan kommunikationen bidra till att stärka förtroendet för Tranås kommun, vilket bygger varumärket – både som organisation och plats.

Med en tydlig och målgruppsanpassad kommunikation, kan medborgare, kunder, näringsliv, föreningar, massmedier och besökare enkelt ta del av kommunens information, välja service och tjänster samt vara delaktiga i kommunens utveckling.

Kommunikationen har också som uppgift att visa upp Tranås som en attraktiv plats att leva och verka på idag och i framtiden, samt att Tranås kommun uppfattas som en attraktiv arbetsgivare, vilket bidrar till att attrahera och behålla kompetenta medarbetare.

## Dokumentets syfte

Kommunikationsstrategin anger en långsiktig inriktning för hur kommunikationen bidrar till att levandegöra Tranås kommunvision, inriktning och övergripande handlingsplan för tillväxt samt att nå kommunens övergripande utvecklingsmål. Vidare ska strategin vara ett hjälpmedel för kommunens verksamheter i det interna och externa kommunikationsarbetet.

## Förhållningssätt för kommunikationsarbetet

Tranås kommuns kommunikation utgår från kommunvisionen - Tranås tar initiativet.

All kommunikation ska genomsyras av kommunens värdegrund med de gemensamma värdeorden som beskriver vårt sätt att förhålla oss till varandra, och alla andra och som ska ta oss mot visionen. Värdeorden är respekt, ansvar, kreativitet och tydlighet.

### **Vi sätter kunden i centrum**

All kommunikation planeras och genomförs med utgångspunkt i behov, förutsättningar och preferenser hos våra kunder och syftet med kommunikationen. Vi utgår från deras behov, intressen och engagemang för att vara relevanta. Vi lyssnar, för dialog och arbetar aktivt för att lära känna våra kunder. Det innebär också att vi tidigt i arbetsprocesser och projekt alltid har ett kund-och mottagarperspektiv för att säkerställa att kommunikationen får avsedd effekt.

Det medför också att vi kommunicerar och tillhandahåller information och fakta så att var och en, utifrån sina förutsättningar, kan fatta välgrundade beslut i sin vardag. Genom ett tydligt och målgruppsanpassat språk och innehåll, skapar vi inkluderande kommunikation som präglas av respekt för mottagaren.



Medielandskapet och sätten att kommunicera förändras och utvecklas i allt snabbare takt. Det ställer krav på ständig utveckling av kommunikationsarbetet och att vi vågar testa nya, kreativa tillvägagångssätt för att vara relevanta och möta målgrupperna där de är.

## Förutsättningar för vår kommunikation

Kommunikationsstrategin utgör ett ramverk för Tranås kommuns interna och externa kommunikation och ska granskas och utvärderas av kommunikationsavdelningen vid behov. Till kommunikationsstrategin hör ett antal styrdokument som ligger till grund för hur kommunikationen utformas och genomförs vid speciella tillfällen och i olika kanaler.

### **Grafisk profil**

Genom vår gemensamma grafiska profil skapar vi förutsättningar för att ge ett samlat och entydigt intryck utåt. Det ska synas att en verksamhet eller aktivitet bedrivs eller erbjuds av Tranås kommun. All kommunikation med Tranås kommun som avsändare, såväl intern som extern, ska följa den grafiska profilen.

Med en sammanhållen och tydlig identitet, som utgår från ett gemensamt visuellt uttryck och samordnade budskap, stärker vi förtroendet för kommunen och bidrar till att Tranås uppfattas som en attraktiv plats att leva och verka på och att kommunen uppfattas som en attraktiv arbetsgivare och en pålitlig samarbetspartner.

### **Rutin för webbplatser**

Rutinen ger konkret stöd för arbetet med Tranås kommuns externa webbplats för att säkerställa att den utformas i enlighet med kommunens grafiska profil och riktlinjer.

### **Rutin för sociala medier**

Rutinen beskriver hur Tranås kommun använder sig av sociala medier, samt vilka förhållningsregler som finns. Utgångspunkten är att kommunikation sker på gemensamma konton för hela kommunen för att hålla ihop varumärket.

## Roller och ansvar

- Kommundirektören är ytterst ansvarig för all kommunövergripande kommunikation och är ansvarig utgivare för kommunens kommunikationskanaler.
- På uppdrag av Tranås kommun är kommunikationsavdelningen (Tranås United), ansvarig för att leda och samordna kommunens övergripande kommunikation samt är rådgivande och stödjande i kommunikationsfrågor.
- Varje förvaltning ska ha väl fungerande rutiner och kanaler för att informera och kommunicera med medarbetare och kunder. Förvaltningschefen är ytterst ansvarig för att kommunikationen fungerar.
- I varje chefsuppdrag ingår ett informationsansvar. Det innebär ansvar för att information och kommunikation finns med i det dagliga arbetet och att kommunikationsavdelningen används som rådgörande part.
- Tranås kommuns förtroendevalda har ett särskilt ansvar att representera kommunen i frågor som rör den politiska hanteringen och är ansvariga för information och kommunikation i politiska frågor.



- Alla medarbetare har ett ansvar att hålla sig informerade, och att informera kollegor, om sådant som är av betydelse för de egna arbetsuppgifterna och det egna verksamhetsområdet. Vid projekt och förändringar som anses vara av allmänintresse, ska kommunikationsplan utarbetats av projektgruppen.

## Intern kommunikation

Tranås kommuns kommunikation börjar internt. En väl fungerande intern kommunikation är en förutsättning för att varje medarbetare ska kunna utföra sitt arbete. Det är en förutsättning för att vi ska kunna förverkliga mål, uppnå en god arbetsmiljö och ett lyckat utvecklingsarbete.

Vår interna kommunikation ska ge kunskap om vad som sker inom organisationen för att skapa motivation, engagemang och delaktighet, vilket i sin tur bidrar till att attrahera och behålla kompetenta medarbetare.

En väl fungerande intern kommunikation är dessutom en förutsättning för att vi ska kunna uppnå en god kommunikation med medborgare och andra intressenter. Genom välinformerade medarbetare ökar vi värdet på den externa kommunikationen.

### **Målgrupper**

Den interna kommunikationen vänder sig till samtliga medarbetare i Tranås kommun.

- Chefer, vilka leder det dagliga arbetet i Tranås kommun - stöd för att fatta välgrundade beslut och bidra till medarbetares engagemang, delaktighet och ansvar.
- Medarbetare, vilka är Tranås kommuns främsta representanter och de som möter kunder och andra intressenter i det dagliga arbetet.

### **Kanaler**

Den interna kommunikationen sker genom en mängd olika kanaler. Muntlig kommunikation i form av arbetsplatsträffar och dagliga samtal är viktiga för att sprida information inom en verksamhet.

Förutom muntlig kommunikation finns ett antal kanaler som vi kan använda vid intern kommunikation; e-post, digitala möten, affischer, anslag och intranätet Anslagstavlan.

All information som riktar sig till alla medarbetare ska alltid finnas på intranätet. Alla medarbetare ska ha tillgång till Anslagstavlan för att möjliggöra dialog, utbyte av idéer och kontinuerlig insyn i händelser och beslut. Via Anslagstavlan når medarbetarna även kommunens styrdokument.



## Extern kommunikation

Den externa kommunikationen sprider kunskap om Tranås kommuns verksamheter, tjänster och service.

Vi kan skapa intresse och engagemang för kommunala frågor och därmed stimulera till delaktighet. Genom en planerad och sammanhållen extern kommunikation kan vi skapa positiva attityder till organisationen Tranås kommun, vilket skapar förtroende och stärker oss som arbetsgivare. Den externa kommunikationen syftar även till att öka attraktionskraften för att besöka, bosätta sig och verka i kommunen.

### Målgrupper

Den externa kommunikationen vänder sig till befintliga och nya medborgare enligt inriktning och övergripande handlingsplan för tillväxt, kunder, näringsliv, föreningar, besökare, massmedier, andra myndigheter och övriga intressenter.

### Kanaler

Tranås kommun möter sina målgrupper på de arenor där mottagarna finns. Val av kanal för olika typer av kommunikation sker beroende på vilken målgrupp informationen är riktad till. Kommunikation sker målgruppsanpassat för att skapa maximal förståelse för mottagaren. Innehållet är skrivet med ett språk som de tilltänkta mottagarna kan tillägna sig.

**Webbplats - tranas.se** är Tranås kommuns viktigaste externa informationskanal och den gemensamma ingången till alla kommunens verksamheter. Där får kommuns invånare, näringsliv och föreningar samt andra informationssökare en överblick över service och tjänster. Via webbplatsen finns också möjlighet till självbetjäning via e-tjänster.

**Sociala medier** - Tranås kommun på sociala medier är ett redskap för kommunens invånare, näringsliv, föreningar och andra att komma i kontakt med kommunen. Den främsta anledningen till att Tranås kommun deltar på sociala medier är att möta målgrupperna på deras egna mötesplatser, samt skapa bra och enkla kanaler för kommunikation.

### Mediakontakter

Media är en viktig kanal när information ska förmedlas till allmänheten. Vår kommunikation med media ska präglas av öppenhet, serviceanda, respekt och förståelse.

- Informationen till media bör vara proaktiv och vårt förhållningssätt ska vara att se media som en möjlighet att nå invånarna med fakta och information.
- Meddelandefrihet och efterforskningsskydd ger alla rätt att ge upplysningar samt uttrycka tankar och åsikter i media. Alla är däremot inte skyldiga att uttala sig.
- Kommunikationschefen (Tranås United) samordnar och pressträffar och pressmeddelanden.

När Tranås kommun som organisation väljer talesperson bör den politiker eller chef som har mest insyn i verksamheten vara den som uttalar sig i media, enligt följande ansvarsfördelning:

Politiska frågor: Kommunstyrelsens ordförande och respektive nämndordförande.



Kommunövergripande frågor: Kommundirektör uttalar sig i kommunövergripande frågor.

Specifika sakfrågor eller verksamhetsfrågor: Den chef som är ansvarig för det verksamhetsområde det gäller, alternativt en sakkunnig person som chefen hänvisar till. Förvaltningschefen är alltid ansvarig för att media informeras.

### **Kommunikation vid särskild händelse eller kris**

I samband med särskild händelse eller kris ställs höga krav på att kommunens kommunikation är proaktiv, samordnad och tydlig. Transparens och ärlighet är ledstjärnor. Kommunikation i samband med särskild händelse eller kris utgår från kommunens krislednings- och informationsplan. Detta arbete leds av kommunikationsavdelningen på uppdrag av kommunens krisledningsgrupp.

## Fokusområden för kommunikation

### **Vi kommunicerar Tranås som plats**

För att nå kommunens tillväxtmål arbetar vi strategiskt med att marknadsföra Tranås som plats. Platsen Tranås syftar till den geografiska ytan där vi konkurrerar med andra kommuner om att vara den bästa platsen att besöka, bo och verka på. Ett starkt platsvarumärke skapar stolthet bland kommunmedborgarna, och uppmuntrar till besök, inflyttning och nyetablering av företag. Vi lyfter fram de värden som förknippas med Tranås och vår vision för framtiden.

När vi kommunicerar Tranås som plats utgår vi från platsvarumärket Tranås som alla som bor och verkar i Tranås är en del av. Platsvarumärket och kommunvarumärket är inte samma sak. Kommunen bygger sitt varumärke som organisation, arbetsgivare, myndighet och samhällsförbättrare. Ett kommunvarumärke och ett platsvarumärke ska aldrig bli samma sak, däremot får det gärna finnas ett släktskap mellan varumärkena.

### **Vi kommunicerar arbetsgivarvarumärket**

För att kunna attrahera och behålla medarbetare är det viktigt med ett långsiktigt arbete med arbetsgivarvarumärket Tranås kommun.

### **Vi lyfter kommunens prioriterade målområden**

I kommunens inriktning och övergripande handlingsplan för tillväxt, och även i kommunens utvecklingsstrategi pekas några målområden ut som särskilt viktiga för kommunens utveckling de närmaste åren. Med planerad kommunikation inom respektive område, kan vi synliggöra samt öka kunskapen och engagemanget för frågorna.



## Utgångspunkt för kommunikation

Tranås kommuns kommunikation tar sin utgångspunkt i kommunvisionen ”Tranås tar initiativet” och återspeglar de prioriterade målområden som framarbetats för kommunens utveckling.

### **Budskap - bilden vi vill ge av Tranås som kommun och plats**

*”Tranås är platsen där handlingskraft går hand i hand med en välkomnande atmosfär och en aktiv livsstil. Det är ett medmänskligt och smart samhälle, som växer på ett hållbart sätt. Goda kommunikationer suddar ut gränser mellan stad, landsbygd och omvärld och banar väg för attraktiva boendemiljöer nära skog, sjö och öppna landskap. Det är en idealisk livsmiljö, där vi kreativa Tranåsbor med gemensamma krafter utvecklar våra styrkor och formar vår framtid.”*

När vi vill utveckla budskapet lyfter vi fram nedanstående:

- En handlingskraftig kommun – Tranås tar initiativet
- Närheten - till jobb, natur, aktiviteter, familj mm möjliggör en aktiv livsstil.
- En trygg livsmiljö – skapar balans mellan yrkesliv, familjeliv och fritid.
- Vårt geografiska läge med bra kommunikationer ger oss tillgång till en stor arbetsmarknad och närhet till större städer.
- Staden med Storgatan som ryggrad och levande stadskärna.
- Attraktiv boendemiljö nära skog, sjö och öppna landskap.
- Den nära samverkan mellan kommun, näringsliv och föreningar där ideella krafter och goda idéer tas till vara.
- Ett smart och innovativt näringsliv med ett bra näringslivsklimat.
- Tranås kommun som en attraktiv arbetsgivare med ett varierat utbud av yrken och intressanta arbetsuppgifter.
- Kommunens hållbarhetsarbete kopplat till Agenda 2030.