

Policy

För information och kommunikation

Gäller från:	2019-04-01, reviderad 2021-10-25
Gäller för:	<u>Kommunkoncernen</u>
Globalt mål:	4,10 och 15
Fastställd av:	Kommunfullmäktige
Utarbetad av:	<u>Kommunledningsförvaltningen</u>
Revideras senast:	
Version:	2
Dokumentansvarig förvaltning:	<u>Kommunledningsförvaltningen</u>

Ett utskrivet dokument är alltid en kopia, giltig version finns alltid på intranätet.

Innehållsförteckning

Inledning.....	3
Mål	3
Kommunikationsstrategier	3
Förhållningsätt	4
Roller och ansvar	4
Varumärke och profil	4
Olika kanaler	4
Relaterade dokument	4

Inledning

I policyn för information och kommunikation formuleras den grundsyn och värderingar som informationen och kommunikationen i vår kommun bör utgå ifrån. Kommunikationen ska gå i linje med Ljungby kommuns vision och mål. Även kommunikation och marknadsföring från kommunen och dess bolag ska genomföras i kommunikationspolicyns anda.

Mål

Målet med information och kommunikation i Ljungby kommun är att den ska bidra till att:

- Kommunen når sin vision och sina mål. Visionen lyder: "I Ljungby kommun formar vi framtiden tillsammans, 35 000 invånare år 2035". För att åstadkomma detta krävs att kommunen är drivande i att stärka platsvarumärket och jobba med marknadsföring av platsen.
- Stärka invånarnas möjlighet att använda, värdera och påverka den kommunala verksamheten.
- Öka dialogen mellan invånare och tjänstepersoner och förtroendevalda och inspirera medborgarna att delta i den kommunala beslutsprocessen.
- Redovisa, förklara och förankra fattade beslut.
- Kommunikationen ska vara proaktiv för att forma bilden av oss.
- Kommunens medarbetare förstår sitt uppdrag och sin roll, känner delaktighet, yrkesstolthet och tar personligt ansvar.
- Massmedia och andra intressenter bemöts på ett sätt som skapar förutsättningar att ge en så positiv, rättvis och korrekt bild som möjligt av kommunen och dess verksamheter.
- Invånare, besökare och medarbetare är välinformerade vilket bidrar till kvalitet och att bilden av oss stärks

Kommunikationsstrategier

Invånarkommunikation: Att driva en öppen och tillgänglig kommunikation med kommunens invånare kring frågor som rör kommunens olika uppdrag. Här ingår kommunikation med invånarna via olika kommunikationskanaler.

Arbetsgivarkommunikation: Att stärka kommunens arbetsgivarvarumärke med syfte att säkra framtida kompetensförsörjning för kommunen som organisation.

Platskommunikation: Att stärka den geografiska platsen Ljungby kommun. Här handlar det om att marknadsföra platsen med syfte att på ett hållbart sätt generera fler invånare, besökare och investeringar till platsen. En framgångsfaktor för kommunen i sitt arbete att stärka platsvarumärket är en god samverkan med övriga delar av samhället.

Internkommunikation: Att underlätta kommunikationen internt mellan medarbetare och förvaltningar. Kommunikation är ett styrmedel för att nå uppsatta mål genom att skapa engagemang, delaktighet, kunskap och förståelse internt.

Kriskommunikation: Att tillse att organisationens chefer är väl rustade inför krishantering samt stötta organisationen under pågående kris med expertis kring kriskommunikation. Kriskommunikation ska som all kommunikation vara korrekt och ärlig, men behöver också vara snabb.

Förhållningssätt

För all intern kommunikation och extern kommunikation gäller följande:

- Organisationen och dess företrädare kommunicerar den egna organisationens budskap.
- Den ska vara saklig, ärlig och öppen.
- Den ska vara begriplig och tydlig.
- Den ska vara målgruppsanpassad.
- Den ska vara inkluderande och sträva efter att ha ett mångfaldsperspektiv.

Roller och ansvar

Alla verksamma, såväl förtroendevalda som medarbetare i Ljungby kommun ska sträva efter att informationen och kommunikationen inom det egna ansvarsområdet utvecklas i enlighet med policyn. Ytterst ansvarig för kommunikationen i varje förvaltning är förvaltningschefen. Informationsansvaret innebär att varje medarbetare har ett ansvar att skapa förutsättningar för ett öppet kommunikationsklimat – internt och externt. Kommunstyrelsen har ansvaret att leda och samordna det kommunövergripande kommunikationsarbetet samt fungera som stöd i och ska underlätta för nämndernas kommunikation. Kommunstyrelsen tillhandahåller expertis inom kommunikation, marknadsföring och varumärkesfrågor.

Varumärke och profil

Ljungby kommun är en organisation med en mängd verksamheter. Allt material, både internt och externt, ska följa reglerna i Ljungby kommuns grafiska profil. Då blir bilden av Ljungby kommun enhetlig och avsändaren tydlig. Kommunen som organisation är inte synonymt med platsvarumärket Ljungby och det är viktigt att ha strategier för att jobba med de olika varumärkena. Kommunen ska arbeta utifrån uppsatta kommunikationskategorier: invånarkommunikation, arbetsgivarkommunikation, platskommunikation, internkommunikation och kriskommunikation.

Olika kanaler

Kommunen använder olika kanaler för att nå olika målgrupper.

De bäst lämpade kanalerna utvecklas över tid. Det åligger kommunstyrelsen att i samråd nämnder och bolagsstyrelser säkerställa att kommunen som helhet samt samtliga förvaltningar har uppdaterade kanalstrategier.

Relaterade dokument

Rollbeskrivning kommunikationschef