

Kommunikasjons- strategi

Vestvågøy kommune

Innhold

Mål – hva vi ønsker å oppnå.....	3
Strategi – vår tilnærming for å nå målene	4
Retningslinjer – hvordan vi utfører handlinger	6
Retningslinjer for klart språk	6
Retningslinjer for nettsiden	7
Retningslinjer for sosiale medier	8
Retningslinjer for visuell kommunikasjon	9
Retningslinjer for mediehandling	10
Retningslinjer for samhandling mellom ansatte og politikere	11
Retningslinjer for kommunikasjon mellom ansatte og innbyggere	12

Struktur

Dette dokumentet er utarbeidet av kommunikasjonssjefen. Strategien er forankret i strategisk ledergruppe, og gjennomgått og drøftet med tillitsvalgte.

Kommunikasjonsstrategien er vedtatt av kommunestyret 18. februar 2025.

Strategien handler overordnet om hvordan vi kommuniserer og bygger omdømme i møte med kollegaer, innbyggere og besøkende.

Strukturen er som følger:

- **Mål** – hva vi ønsker å oppnå.
- **Strategi** – vår tilnærming for å nå målene.
- **Retningslinjer** – hvordan vi utfører handlinger, og sikrer at det vi gjør er i tråd med strategi og mål.

Mål – hva vi ønsker å oppnå

Én kommune – én stemme

Vestvågøy kommune oppleves som en samlet avsender for alle tjenestene. Det er tydelig for alle at det er «Vestvågøy kommune» som leverer tjenester og opplevelser, uavhengig av enheter, områder og personer.

Forståelig og tillitsvekkende forvaltning

Vi kommuniserer konsist, forståelig og imøtekommande. Man har tillit til at informasjonen fra oss er korrekt, oppdatert og pålitelig. Innbyggerne føler trygghet i at kommunen ivaretar deres interesser, og at vi gir informasjonen de trenger på en tilgjengelig og profesjonell måte.

Stolthet og tilhørighet på tvers

Vi opplever hverandre som kollegaer på tvers i organisasjonen. I kommunen har vi en kultur preget av åpenhet og tillit. De ansatte opplever Vestvågøy kommune som en aktør med spennende muligheter og meningsfylt arbeid.

Strategi – vår tilnærming for å nå målene

Planlegg kommunikasjon fra start

Svært mye av det vi gjør skal formidles til andre, og hvordan vi kommuniserer må vurderes og planlegges. Sørg for at tidspunkt, kanal og metode er planlagt på forhånd for å sikre effektiv og målrettet kommunikasjon, både internt og eksternt.

Sørg for at det blir forstått

Det er ikke nok å bare gi informasjon, vi må også sikre at den blir tatt imot og forstått. Sett av nok tid og kapasitet til å sikre at budskapet oppfattes som tiltenkt og gir verdi til målgruppen.

Inkluderende innhold

Innbyggernes behov skal ligge til grunn for utforming av tjenester, informasjon og kommunikasjonstiltak.

Språk og struktur skal støtte innbyggernes mulighet til å delta og medvirke. Vi skal sikre at budskapet vårt er enkelt å forstå og navigere i, tilpasset mottakernes ulike forutsetninger.

Hvordan vi uttrykker oss, reflekterer hvem vi er som kommune. Gjennom ærlig, imøtekomende og tilgjengelig innhold legger vi til rette for å være en åpen og inkluderende kommune.

Utvikle digitale plattformer

Den digitale utviklingen skaper økte forventninger til kommunens tjenester. Vi skal tilby gode, brukervennlige digitale løsninger og selvbetjeningsløsninger som gir innbyggerne forutsigbarhet og kontroll over sine tjenester.

Samtidig skal informasjon og kontaktmuligheter være tilgjengelig for innbyggere som av ulike grunner ikke har tilgang til eller ønsker digitale selvbetjeningsløsninger.

Nettsiden er vår primære kommunikasjonskanal, med fokus på å gi stabil, oppdatert og viktig informasjon til innbyggerne.

Sosiale medier er et hjelpemiddel, og ikke en erstatning for nettsiden. Sosiale medier fungerer som supplement, som leder innbyggerne tilbake til nettsiden for mer detaljert og pålitelig informasjon.

En felles identitet

Vestvågøys visuelle identitet gjelder for hele organisasjonen og skal sikre at vi fremstår som én enhet, uansett hva vi jobber med i kommunen. Konsekvent bruk av profilen gjør det tydelig at Vestvågøy kommune er ansvarlig for tjenesten, tilbudet eller opplevelsen.

Retningslinjer – hvordan vi utfører handlinger

Målgrupper vi kommuniserer til:

- Innbyggerne
- Ulike samfunnsaktører (foreninger, næringsliv, folkevalgte, media)
- Ansatte og kollegaer

Retningslinjer for klart språk

- Formidling handler ikke bare om å gi informasjon, men også sikre at den blir tatt imot og forstått. For mye innhold eller fagterminologi kan virke overveldende og fremmedgjørende, og virke mot sin hensikt.
- Komplekse eller tekniske konsepter som formidles skal være forståelig for alle – uansett alder og bakgrunn. Unngå bruk av forkortelser og initialer i både muntlig og skriftlig kommunikasjon. Forkortelser bør skrives ut, etterfulgt av forkortelsen i parentes.
- Start gjerne med konklusjonen. I stedet for å forklare *prosess*, fokuser på det målgruppen først og fremst er opptatt av; «*hva betyr dette for meg?*».
- Før du begynner – tenk over følgende:
 - Hva skal jeg fortelle? (budskap)
 - Hvem skriver jeg til? (målgruppe)
 - Skal mottakeren gjøre noe etter å ha lest teksten? (ønsket handling)

Retningslinjer for nettsiden

- Nettsiden er et verktøy for innbyggerne primært. Nettsiden skal organiseres på en intuitiv måte ut fra hva brukeren leter etter, og ikke kommunens organisasjonsstruktur og prosess.
- Omtrent halvparten av brukerne besøker nettsiden via en mobiltelefon, der oppmerksomheten gjerne er redusert og skjermstørrelsen mindre. Dette hensynet stiller ekstra krav til konsentrert og relevant innhold – med tydelig fokus på brukeren.
- Retningslinjer for universell utforming (WCAG) skal følges for å sikre at personer med ulike funksjonsevner kan navigere og forstå innholdet.
- Vi skal sørge for at viktig informasjon er tilgjengelig på flere språk. Det inkluderer informasjon om kommunale tjenester og kritiske nyhetsoppdateringer.
- Det er ansvarlige for nettsiden som skal publisere innhold. Disse skal løpende evaluere og forbedre innhold, basert på brukeratferd og tilbakemeldinger. Nettredaktørene har mandat til å prioritere etter brukerens behov.
- Informasjon skal gis med økende grad av detaljer. Å dele opp informasjon i mindre, håndterbare grupper gjør det lettere for brukeren å behandle informasjonen.
- Visuelt hierarki skal lede brukeren til de viktigste elementene først. Antall menyelementer skal begrenses, og god praksis er å beregne toppen seks (aldri mer enn ni) knapper eller overskrifter per side. Dette for å sikre tilgjengelighet og funksjonalitet på tvers av plattformer og målgrupper.
- Faste tjenester og tilbud skal formidles på en solid og gjennomarbeidet måte som minsker behov for hyppig revisjon.
- Krysspubliser sider/elementer dersom innholdet er relevant flere steder, fremfor å kopiere innholdet over til nye sider. Dette sikrer at innhold automatisk oppdateres på tvers, og at lenker forblir intakte.
- Sørg for at alle bilder og videoer overholder personvernlovgivningen, og at du har nødvendig samtykke og rettigheter før publisering. Hvis du er usikker, unngå å bruke det eller velg et annet.
- Ved annonsering og deling av aktiviteter skal kommunen hovedsakelig fremme åpne eller gratis arrangementer rettet mot innbyggere. Betalte aktiviteter kan inkluderes i bredere temaer eller grupperinger, eksempelvis sesongprogrammer med både gratis og betalte alternativer. Dette sikrer at alle har mulighet til å delta på noe, og at promoteringen forblir inkluderende.

Retningslinjer for sosiale medier

Som privatperson:

- Du har ytringsfrihet. Vær imidlertid oppmerksom på at taushetsplikten gjelder informasjon som er beskyttet av lov, som sensitive personopplysninger eller andre taushetsbelagte arbeidsforhold.
- Vurder om det er nødvendig for deg som privatperson å ha kontakt med elever, brukere, pårørende, leverandører eller støttegrupper i sosiale medier. Selv om du i utgangspunktet synes det er greit å skille mellom rollene, kan det føre til situasjoner som kan oppleves problematisk for begge parter.
- Vis generelt nettvett og varsomhet.

I kommunens kanaler:

- Før du deler bilder, videoer eller innlegg, sørg for at du har nødvendige rettigheter og samtykke, og at innholdet ikke er i strid med personvernet. Er du usikker, unngå å publisere det.
- Innlegg skal være korte og engasjerende. Bruk klart språk, unngå fagterminologi, og ha en vennlig, personlig tone der det passer.
- Oppdater eller rediger eksisterende innlegg fremfor å lage nye om samme tema. Dette sikrer at delte innlegg forblir relevante.
- Sosiale medier er et supplement til kommunens nettside, ikke en erstatning.
- Innlegg som inneholder informasjon om tjenester, nyheter, eller viktige meldinger bør inkludere lenker tilbake til den relevante siden på henholdsvis kommunens nettsted. Dette sikrer at brukerne får tilgang til den fulle og nøyaktige informasjonen.
- Planlegg innholdet i god tid, og sørg for at det publiseres med jevne intervaller. Samarbeid med kommunikasjonssjefen for å sikre at innlegg følger kommunens retningslinjer.
- Sosiale medier krever ressurser til å overvåke og svare på potensielle kommentarer og meldinger raskt og profesjonelt. Vurder om eventuelle kommentarfelt skal være åpne eller ikke.
- Ved annonsering og deling av aktiviteter skal kommunen hovedsakelig fremme åpne eller gratis arrangementer rettet mot innbyggere. Betalte aktiviteter kan inkluderes i bredere temaer eller grupperinger, eksempelvis sesongprogrammer med både gratis og betalte alternativer. Dette sikrer at alle har mulighet til å delta på noe, og at promoteringen forblir inkluderende.

Retningslinjer for visuell kommunikasjon

- Budskap fremfor design: Prioriter å utvikle klare og engasjerende budskap som kommuniserer tydelig med målgruppen din. Husk at det er bedre med ingen eller et fåtall, effektive visuelle virkemidler – enn å overleses med elementer av lav kvalitet eller overflødige elementer.
- Profilering og markedsarbeid skal utformes i tråd med kommunens designprofil. Dette gjelder materiell som plakater, brosjyrer, bannere, skilt og arbeidstøy. Dette sikrer et profesjonelt og gjennomgående uttrykk som styrker omdømmet og tilgjengelighet.
- Ansatte kan selv utforme dokumenter, rapporter, presentasjoner o.l. ved bruk av tilgjengelige maler i Word og PowerPoint.
- Siste oppdaterte retningslinjer, maler og filer finner du alltid på kommunens nettside. Bruk disse for å sikre Vestvågøys visuelle uttrykk.
- Planlegg i god tid, og informer kommunikasjonssjef om eventuelle kommende behov for utforming eller bistand. Vær åpen for tilbakemeldinger og justeringer for å sikre at sluttproduktet oppfyller Vestvågøys retningslinjer.
- All ekstern bruk av Vestvågøy kommunes profil skal godkjennes av kommunikasjonssjef.

Retningslinjer for mediehandling

- Vi skal holde en profesjonell og saklig tone, og ha forståelse for at det finnes ulike synspunkter. Unngå uttalelser som ikke er relevant for saken eller som inneholder personsensitiv informasjon.
- Ansatte har full rett til å uttale seg som privatpersoner i samsvar med ytringsfriheten. Uttalelsesretten begrenses kun der lover, regler eller forskrifter legger føringer for retten til å uttale seg.
- Aktuelle temaer, arrangementer eller arbeid kan gjerne deles med media for å synliggjøre kommunens innsats og engasjement i lokalsamfunnet. Sørg for at informasjonen er korrekt, og rådfør deg med nærmeste leder ved behov.
- Be om sitatsjekk for å unngå eventuelle feiltolkninger eller misforståelser.
- Ansatte har ingen plikt til å svare på spørsmål fra mediene, og kan alltid henvise journalister til nærmeste leder.
- Ved uttalelser til pressen på vegne av kommunen er det som hovedregel nærmeste leder som uttaler seg, i samråd med den ansatte som har best kjennskap til saken. Dersom det er usikkerhet rundt faktagrunnlaget eller handling av media, skal relevante ressurser involveres for å sikre faglig og kollegial støtte.
- I saker av prinsipiell, enhetsovergripende eller sensitiv karakter, er det i utgangspunktet kommunedirektøren, eller en leder delegert av kommunedirektøren, som skal uttale seg på vegne av organisasjonen.
- Spørsmål som handler om politiske beslutninger, prioriteringer eller standpunkter skal henvises til politisk nivå. Ansatte kan eksempelvis forklare hvordan vedtatte politiske beslutninger gjennomføres og gi faktabasert informasjon, men skal ikke ta stilling til selve beslutningen eller forsvare den politisk.
- Redaksjonelle oppslag som gir ukorrekte opplysninger skal følges opp av den respektive enhetsleder som saken angår. Lederen kan orientere kommunalsjef eller kommunedirektør dersom vedkommende ikke selv ønsker å svare.
- Leserinnlegg som inneholder feilaktige opplysninger eller konkrete spørsmål til kommuneorganisasjonen, bør besvares. Anonyme Leserinnlegg besvares normalt ikke.
- Alle tilsvare bør gis så raskt som mulig. Sørg for at svaret er basert på fakta, gjennomtenkt og presentert på en ryddig og profesjonell måte. Dersom mer tid er nødvendig, informer journalisten om når tilsvare kan forventes.

Retningslinjer for samhandling mellom ansatte og politikere

Både ansatte og politikere skal:

- Vise respekt og åpenhet i møte med hverandre, og mellom fag og politikk.
- Vi skal snakke til hverandre, ikke om hverandre, og sikre konstruktiv meningsutveksling.
- Sikre en åpen, grundig og faglig begrunnet saksutredning. Politikerne skal gjøre selvstendige vurderinger og vedtak med bakgrunn i innstillingen som legges frem.
- Opprettholde og fremme tillit og transparens i både administrativt og politisk arbeid.

Oversikt over ansvar, roller og oppgaver kan illustreres slik:

Folkevalgte		Kommunedirektør og administrasjon
A. Leverer premisser	→	B. Skape valgmuligheter
C. Velge modell	→	D. Presentere løsningsalternativer
E. Velge løsning	→	F. Skissere finansieringsmåter
G. Velge finansiering	→	H. Gjennomføre løsning
I. Evaluere resultat		

Retningslinjer for kommunikasjon mellom ansatte og innbyggere

- **Henvendelser:** Alle seriøse henvendelser skal besvares på en respektfull måte. Vi etterstreber å svare raskt, og vi gjør det på en måte som viser innbyggeren at vi behandler deres henvendelse seriøst.
- **Omdømmebygging:** Vi bygger omdømme og tillit ved å svare lyttende, korrekt og profesjonelt – selv i situasjoner der svaret kanskje ikke er som innbyggeren ønsker.
- **Grundig:** Vi tar oss tid til å forstå innbyggerens behov og gir helhetlige svar som dekker både det de spør om, og det de kan ha nytte av. Slik unngår vi unødvendig «frem og tilbake»-kommunikasjon.
- **Tilgjengelig:** Vi skal sikre at viktig innhold er tilgjengelig på flere flater, og legge til rette for at de som ikke bruker digitale løsninger enkelt kan få nødvendig informasjon, hjelp og veiledning.
- **Personvern:** All informasjon skal være pålitelig, korrekt og i tråd med personvern og taushetsplikt.