

Kommunikationsplan Finsam Göteborg

Antagen av styrelsen 2020-05-28 §64



Versionshantering

Datum	Version	Beskrivning	Ändrat av
2021-05-24	0.1		Isabell Carlsson

Innehåll

1.1 Inledning.....	4
1.2 Bakgrund.....	4
1.2.1 Nulägesbeskrivning.....	4
1.2.2 Omvärldsanalys.....	4
1.2.3 Avgränsning.....	5
2 Mål med kommunikationen.....	6
2.1 Extern kommunikation.....	6
2.1.1 Externa kommunikationsmål.....	6
2.2 Intern kommunikation.....	6
2.2.1 Interna kommunikationsmål.....	7
2.3 Målgrupper.....	7
Externa målgrupper.....	7
Interna målgrupper.....	7
3 Kommunikationsstrategi.....	8
3.1 Budskap.....	8
3.1.1 Tonalitet, avsändare och grafisk profil.....	8
3.2 Kommunikationskanaler.....	10
3.3 Ansvar och nyckelpersoner.....	10
3.3.1 Tids-och aktivitetsplan.....	11
3.3.2 Andra kommunikationsaktörer.....	11
4 Kommunikationsaktiviteter.....	12
4.1 Interna kommunikationsaktiviteter.....	12
4.2 Externa kommunikationsaktiviteter.....	13
5 Utvärdering och uppföljning.....	14

Bilaga 1: Grafisk manual

Bilaga 2: Tids-och aktivitetsplan för kommunikationsaktiviteter

1.1 Inledning

Samordningsförbunden har som uppdrag att verka för att invånarna får samordnat stöd och rehabilitering som ska leda till självförsörjning. Kommunikationsplanen är ett viktigt verktyg som redogör för hur, när och var vi når ut med information till våra målgrupper.

Finsam Göteborg, som är Göteborgs Samordningsförbund, bildades 2019 och är en till synes ny organisation som således behöver säkerställa en tydlig identitet och en enhetlig bild av vad organisationens mål och uppdrag är. Medlemsparter och besökare ska känna till och känna igen Finsam Göteborg, oavsett var i staden mötet sker.

1.2 Bakgrund

Med anledning av Finsam Göteborgs nya organisering, krävs en tydlig kommunikationsplan för att nå ut med kunskap och kännedom om vår organisation och uppdrag. Planen innefattar såväl extern kommunikationsstrategi som en redogörelse för hur den interna kommunikationen fungerar och vem som ansvarar för kommunikationshanteringen, i de olika insatser och projekt som förbundet finansierar och driver.

Kommunikationsplanen ska stödja Finsam Göteborgs uppdrag och mål. Den hjälper oss att vara målinriktade i kommunikationsarbetet. Här visar vi vad vi vill kommunicera, till vem och i vilket syfte. Vi behöver säkerställa en tydlig identitet och en tydlig bild av vilka vi är och vad vi erbjuder. Våra besökare ska känna till oss, känna igen oss och få samma bild och känsla av vår organisation, oavsett var i staden de möter oss.

1.2.1 Nulägesbeskrivning

Finsam Göteborg har en pågående planering för externa kommunikationsaktiviteter som startade i samband med att den nya organiseringen trädde i kraft år 2021. Kommunikationsplanen behöver bli känd inom organisationen, så att samtliga medarbetare blir införstådda i hur kommunikationen fungerar internt och hur vi kommunicerar ut budskap externt. Kommunikationens roll är ytterst viktigt för en välfungerande och produktiv organisation, och om vi saknar en tydlighet i arbetet finns en risk att förbundet styrning och riktning förblir okänd, såväl internt som externt.

1.2.2 Omvärldsanalys

Det finns ett flertal pågående företeelser inom organisationen som i vår omvärld har betydelse för förbundets kommunikation. Samordningsförbunden är till sin natur föränderliga och är beroende av parternas uppdrag och beslut. Vi behöver således vara flexibla och lyhörda för hur vi arbetar med kommunikationsfrågor för att säkerställa att informationen som vi sänder ut når fram till våra målgrupper. Med anledning av Coronapandemin och utvecklingen av digitala forum och hjälpmedel behöver vi vara följsamma kring hur detta kan nyttjas, även när möjligheten till fysiska sammankomster återigen är möjlig.

1.2.3 Avgränsning

Kommunikationsplanen redogör för Finsam Göteborgs externa och interna kommunikation med tillhörande aktiviteter. Kommunikationsplanen innefattar inte kommunikationsplanering för de respektive insatser och ESF-projekt som förbundet finansierar och driver. Förslag på separat plan finns framtaget för detta ändamål.

Med anledning av förbundets organisering och uppdrag om att verka som en utvecklingsarena med löpande metodutveckling, utifrån definierade behov hos målgruppen och parterna, bör kommunikationsplanen betraktas som ett levande dokument som uppdateras utifrån att nya behov uppmärksammas. Kansliet ansvarar för att kommunikationsplanen hålls uppdaterad och relevant. I denna version av kommunikationsplanen redogörs för nuvarande kommunikationsstrategi och kommunikationsaktiviteter som planeras för verksamhetsåret 2021.

2 Mål med kommunikationen

Det finns ett flertal mål som kommunikationen syftar till att uppnå, såväl internt som externt och kommunikationsplanen innefattar således både interna och externa kommunikationsmål.

2.1 Extern kommunikation

Extern kommunikation handlar om hur omvärlden ska till och uppfatta oss. Vi ska bli kända hos parterna och hos våra målgrupper. Dessa ska veta att Finsam Göteborg är Göteborgs Samordningsförbund och att samverkan sker mellan och tillsammans med Arbetsförmedlingen, Försäkringskassan, Västra Götalandsregionen samt Göteborgs stad. Vårt arbete riktas mot personer i arbetsför ålder, 16–64 år, som har, eller har behov av, samordnat stöd från våra medlemsparter för att nå eller närma sig arbete eller studier.

Finsam Göteborg har ett tydligt fokus på arbete och studier. Vi finansierar individinriktade insatser för målgruppen och därigenom stödjer deltagare som inte själva driver sin väg till arbete eller studier. Vi erbjuder en trygg och tydlig samverkanskultur för Göteborgs invånare och våra medlemsparter. Vårt arbete grundas alltid på evidensbaserade metoder och gemensamt kollegialt lärande. Vi arbetar rättighetsbaserat för att garantera att samtliga insatser i planering, genomförande och uppföljning alltid har individen i fokus. Vi är en utvecklingsarena för våra medlemsparter och bidrar till utveckling och implementering av metoder som är gynnsamma och effektiva.

2.1.1 Externa kommunikationsmål

Kunskap

Vi ska skapa en tydlig, enhetlig och rättvis bild av Finsam Göteborg och allmänheten ska förstå vårt uppdrag och syfte. Vi finansierar insatser som verkar för att Göteborgs invånare ska få stöd och rehabilitering som ökar möjligheterna till självförsörjning. Vi hjälps åt till arbete och ett självständigt liv!

Attityd och kännetecknande

Finsam Göteborg undanröjer gränser och skapar möjligheter för våra medlemmar, deltagare och samhället i stort. Vi kännetecknas av *inkludering, handlingskraft, nytänkande, trygghet* och *tydlighet*.

Motivation

Samverkan eller samarbete med Finsam Göteborg är effektivt, utvecklande och givande.

2.2 Intern kommunikation

Ett välfungerande internt kommunikationsarbete är nyckeln till en framgångsrik och välmående organisation. Det är framförallt i de dagliga kontakterna med våra samverkansparter som bilden av Finsam Göteborg förmedlas. Vi ska därför göra det så enkelt som möjligt för medarbetare att åta sig rollen som ambassadörer för Finsam Göteborg.

2.2.1 Interna kommunikationsmål

Kunskap

Alla medarbetare ska förstå Finsam Göteborgs uppdrag, organisering och mål. Alla inom Finsam Göteborg ska veta hur informationen inom organisationen förmedlas och var samt till vem de ska vända sig vid eventuella frågor.

Attityd och kännetecknande

Att arbeta hos Finsam Göteborg ska vara stimulerande, utvecklande, roligt och meningsfullt.

Handling

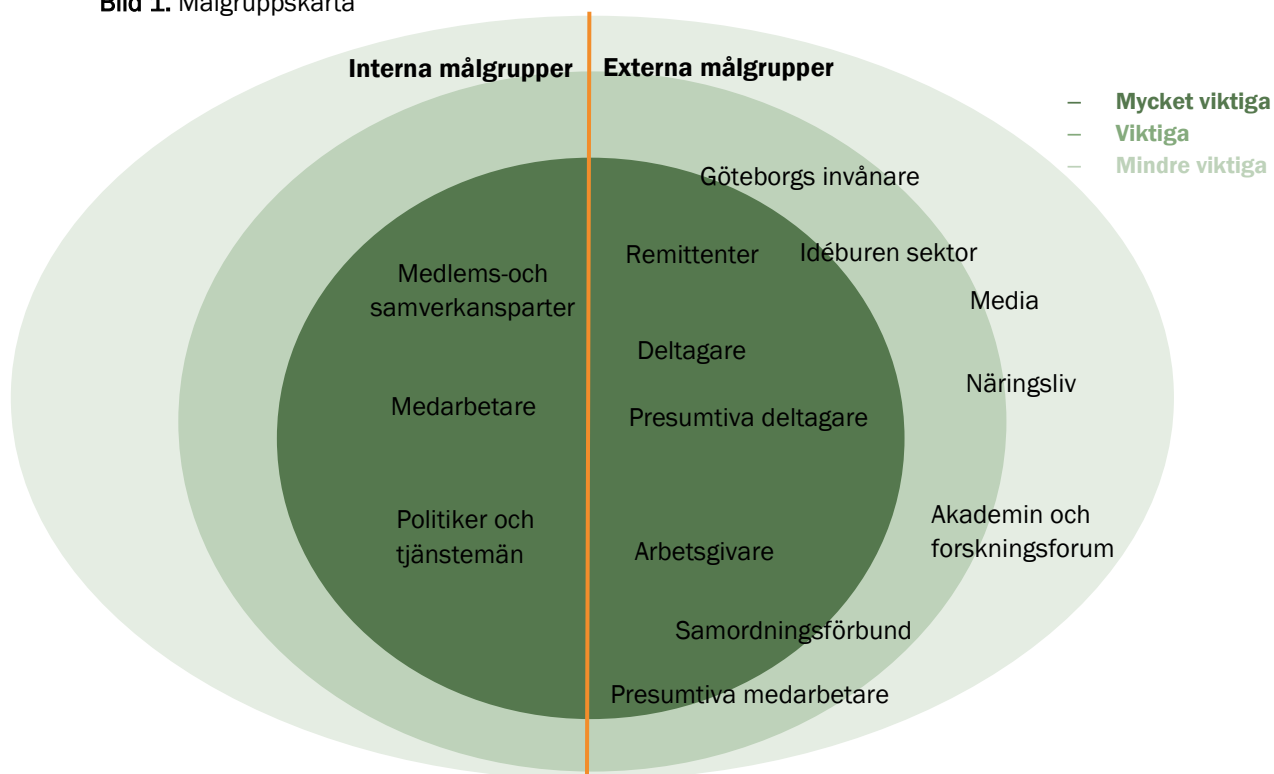
Finsam Göteborgs medarbetare är engagerade, motiverade och bidrar till förbundets utvecklingsarbete.

2.3 Målgrupper

Målgruppen för kommunikationen kan delas in i två grupper, externa och interna. Dessa grupper utgörs av de som identifieras som mycket viktiga och viktiga (primära) och mindre viktiga (sekundära). De primära målgrupperna är de som bör känna till Finsams existens, uppdrag och hur arbetet bedrivs i syfte att skapa en trygghet och tydlighet. Det är dessa grupper vi fokuserar på att nå och som budskapen huvudsakligen riktar sig till.

Hos de sekundära målgrupperna ska det finnas en allmän kännedom om Finsam Göteborg, dessa är inte direkt berörda av verksamheten men bör känna till vår existens. Målgruppsidentifieringen är ett löpande arbete och uppdateras således kontinuerligt.

Bild 1. Målgruppskarta



3 Kommunikationsstrategi

3.1 Budskap

Budskapsplattformarna hjälper oss att bli tydliga i vår kommunikation och signalera att vi är en organisation, även om vi har olika geografisk placering. Budskapen är den grund vi står på och ska på ett kort och koncist sätt beskriva grunduppdrag och de värderingar organisationen har. Det är viktigt att budskapen upplevs som trovärdiga, detta sker genom ett gemensamt och konsekvent användande av budskapen och att de efterlevs i praktiken.

Huvudbudskap

Vi finansierar insatser som verkar för att Göteborgs invånare ska få stöd och rehabilitering som ökar möjligheterna till självförsörjning. Vi hjälps åt till arbete och ett självständigt liv!

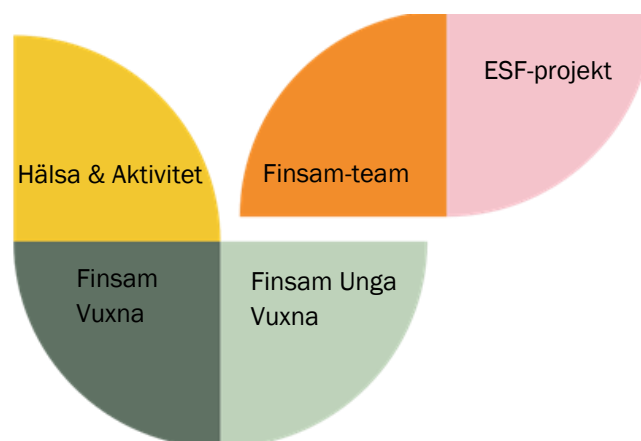
Stödjande budskap

- Alla har rätt till arbete och att bidra till samhällets utveckling.
- Finsam Göteborg verkar för att alla göteborgare ska ges möjlighet att tillföra, tillhöra och bidra genom att samverka och skapa rätt förutsättningar.
- Vi arbetar rättighetsbaserat och utgår från varje individs intresse, resurser och förmågor och ska stärka möjligheten att åtnjuta de mänskliga rättigheterna utan någon form av diskriminering.

3.1.1 Tonalitet, avsändare och grafisk profil

Om vi tillsammans talar samma språk, visuellt och innehållsmässigt, blir vi en aktör som har en tydlig profil, som en känner igen och känner sig välkommen till. Finsam Göteborg följer ett tydligt färg och bildtema, finansierade insatser och ESF-projekt har tilldelats färger som ska användas i kommunikationen för att vara tydliga avsändare.

Bild 2. Insatsfärger



Grafisk profil

Vår grafiska manual är den grund som vi står på. Den hjälper oss att kommunicera på samma sätt, oavsett om vi skriver en rapport, gör en presentation eller skriver mötesanteckningar. Alla medarbetare ska ha kunskap om den grafiska profilen och följa de riktlinjer som anges där. Se bilaga 1.

Bilder

Finsam Göteborg har tillgång till Göteborgs stads bildbank och använder bilder som hämtas därifrån. Bilderna väljs selektivt ut av kommunikatören för att säkerställa att bilderna återspeglar förbundets verksamhet. Bilderna ska också användas med respekt för den medverkande och hänsyn ska tas till att bilden kan tolkas på andra sätt än det förväntade. Fotografens namn ska alltid anges vid publicering och det ska alltid säkerställas att laglig grund finns angivet innan en bild laddas ner och publiceras. Om medarbetare önskar använda bilder i bildspel och liknande kan kommunikatören förmedla bilder, det finns även möjlighet att ladda ner publicerade bilder på hemsidan.



Foto: Frida Winter© Visuell Kommunikation

E-postsignatur

Mejlkorrespondens är ett av våra viktigaste kommunikationskanaler och det är av denna anledning av yttersta vikt att alla medarbetare hos Finsam Göteborg följer nedan angivna E-postsignatur. Vissa undantag finns för handläggare som arbetar på deltid för förbundet.

Med vänlig hälsning,

Namn Namnsson

Yrkestitel Insats (Välj bland: Finsam Vuxna, Finsam Unga Vuxna, Hälsa och Aktivitet, Finsam-team, Projektnamn)

Finsam Göteborg

Post-och besöksadress, Postnummer, våning x

Telefon:

E-post: (valfritt)

Hemsida: www.finsamgoteborg.se



3.2 Kommunikationskanaler






Med anledning av Finsam Göteborgs breda målgruppsdefinition krävs olika strategier och kanaler där informationen förmedlas. I tabellen nedan redovisas de interna och externa kommunikationskanaler som används. Utökning av eventuella kanaler sker löpande utifrån behov. Kommunikatören har till ansvar att listan hålls uppdaterad och aktuell.

Tabell 1. Kommunikationskanaler

Intern kommunikation	Extern kommunikation
Möten	Möten
Mejl	Hemsida
Personalutbildningar	Filmer
Nyhetsbrev	Externt nyhetsbrev
Hemsida	Broschyrer
Kick-off och konferenser	Konferens
Öppet intranät	Digitala informationsträffar
	Kunskapsdialoger
	Intresseanmälan
	Ansökningsblankett
	Visitkort
	Sociala medier – LinkedIn
	Media – artiklar och reportage
	Nationell kommunikation med övriga Samordningsförbund

3.3 Ansvar och nyckelpersoner

Kansliet har det övergripande ansvaret för förbundet och ansvarar således även för att kommunikationen fungerar såväl internt som externt. Utvecklingsledare och projektledare är viktiga nyckelpersoner för hur kommunikationen förmedlas och hanteras. Finsam Göteborg föreslår följa Göteborgs Stads informationspolicy om att "ansvaret för informationen följer med ansvaret för verksamheten". Ansvarsfördelningen bör således fördelas enligt följande:

-  Kansliet ansvarar för kommunikationsplanen och extern kommunikationsstrategi med tillhörande aktiviteter.
-  Kansliet ansvarar för den övergripande interna mötesordningen och är sammanställande till ledningsmöten där aktuell information förmedlas.
-  Utvecklingsledare och projektledare är nyckelpersoner som ansvarar för hur, var och när information från ledningsmöten kommuniceras inom respektive insats och projekt samt till berörda medlemsparter.
-  Utvecklingsledare och projektledare ansvarar för att uppmärksamma behov av informationssatsningar till berörda medlemsparter eller andra identifierande intressenter.
-  Om behov av kommunikationsstöd och större kommunikationssatsningar uppmärksammas bistår kansli med hjälp av genomförandet.

3.3.1 Tids-och aktivitetsplan

För att skapa samsyn och tydlighet i kommunikationsarbetet finns en mall för tids- och aktivitetsplan för kommunikationsinsatser framtagen. Mallen möjliggör en tydlig översyn av de kommunikationssatsningar som genomförts och planerar att genomföras. Se bilaga 1.

3.3.2 Andra kommunikationsaktörer

Det finns andra aktörer och intressenter som har betydelse för Finsam Göteborgs externa kommunikation. Det finns idag ca 80 Samordningsförbund i Sverige och det är därför nödvändigt att vara enhetliga i de övergripande budskap som vi kommunicerar. Det nationella huvudbudskapet för Samordningsförbund är *Tillsammans gör vi skillnad* och stödbudskapet är *När myndigheter kombinerar sina olika resurser kan de på ett kraftfullt sätt stödja människor i svåra livssituationer. Målet är egen försörjning och bättre livskvalitet.* www.finsam.se

Genom att arbeta med gemensamma nationella informationskampanjer och satsningar främjar vi gemensamt lärande och skapar tillsammans riksomfattande tydlighet i Samordningsförbundens verksamhet och uppdrag. Det gemensamma kommunikationsarbetet sker genom regelbundna digitala referensgrupper där förbundschefen tillsammans med kommunikatören ingår. Finsams kommunikator är sammankallande och ansvarar för den nationella kommunikationen.

4 Kommunikationsaktiviteter

4.1 Interna kommunikationsaktiviteter

Möten – den primära interna kommunikationskanalen

Den huvudsakliga interna kommunikationen sker genom möten och mejl. Kansliet sammanträder en gång per vecka för att hantera aktuella händelser. Utvecklingsgruppen har stående möten med kansliet en gång varannan vecka där aktuell information och utvecklingsfrågor hanteras. Utvecklingsledarna förmedlar därefter aktuell information till insatsernas samordnare som har till ansvar att föra informationen vidare till förbundets medarbetare på veckovisa teammöten.

Kansliet, utvecklingsledare och områdessamordnare träffas kontinuerligt på månadsmöten. Månadsmötena möjliggör dialog och informationsutbyte om områdena och insatserna emellan och skapar samsyn i aktuella och kommande händelser. För hantering av lokala frågor för respektive kontor äger ett lokalmöte/husmöte rum en gång per månad.

Lokala teammöten och aktiviteter

Förbundets insatser och projekt har veckovisa teammöten där aktuell information och det operativa deltagararbetet hanteras. Dessa teammöten leds i regel av samordnaren och utvecklingsledaren närvarar enligt lokala bestämmelser. Utöver dessa teammöten förekommer också lokalt arrangerade aktiviteter, i form av till exempel kick-offer, vilka inte redovisas i denna förbundsöveripande kommunikationsplan.

ESF-projekt

För förbundets ESF-projekt finns en separat mötesstruktur där projektledarna har regelbundna möten tillsammans med utvecklingsledaren för kansliet och förbundschefen.

Andra kanaler och aktiviteter

Hemsida och öppet intranät

På Finsam Göteborgs hemsida finns en sida som riktar sig till medarbetare och fungerar som ett öppet intranät. På denna sida finns information om vår grafiska profil och de dokumentmallar som ska användas. Sidan innehåller också interna nyheter, information om förbundets arbetsmiljöpolicy och aktuella utbildningar eller seminarium som möjliggör löpande kompetensutveckling.

Nyhetsbrev

Varje månad skickas ett nyhetsbrev ut som sammanfattar aktuella händelser inom förbundet. Nyhetsbrevet ska på ett underhållande och konkret sätt bidra till att alla medarbetare är uppdaterade om det som sker inom förbundet och ta del av andra aktuella händelser hos våra medlemsparter.

Kick-off och sociala aktiviteter

För att uppnå målet om att bidra till en trivsamt och utvecklande arbetsmiljö bör bland annat regelbundna sociala aktiviteter och kick-offs arrangeras regelbundet. Innehåll, omfattning och aktiviteter kan variera utifrån syfte och sammanhang.

4.2 Externa kommunikationsaktiviteter

Extern kommunikation handlar om hur omvärlden ska till och uppfatta oss. Vi har en ny organisering som behöver etableras och bli känd hos våra medlemsparter och externa målgrupper. Kommunikationsaktiviteter och satsningar som utförs syftar därför huvudsakligen till att bidra till detta. I tabellen nedan redovisas de externa kommunikationsaktiviteter som har genomförts och planeras att genomföras under 2021. Tabellen uppdateras löpande utifrån att behov utifrån behov.

Tabell 2. Kommunikationsaktiviteter 2021

Månad					
Januari	Lansering ny hemsida	Lansering av LinkedInprofil, inlägg publiceras 4-5 gånger per månad	Externt nyhetsbrev till medlemsparterna	Media: Information om Finsam Göteborgs nya organisering i Göteborgsbladet	Referensgrupp för nationell kommunikation
Februari	Broschyr LANDA	Visitkort			
Mars	Broschyr Move On				
April	Digital informationsträff 1	Film Unga Vuxna	Media: Intervju Finsam Malmö podcast		
Maj	Kommunikationsplan till styrelsen	Digital informationsträff 2	Digital informationsträff 3	Referensgrupp för nationell kommunikation	Media: Förbundschef i Sveriges radio
Juni	Media: Intervju Informationssatsning Psykisk Hälsa	Film om Hälsa & Aktivitet och Finsam Vuxna	MR-kampanj med Emerga	Referensgrupp kommunikationssatsning	
Juli	Broschyrer till samtliga temaområden				
Augusti	Digital informationsträff 4				
September	Digital informationsträff 5				
Oktober	Kunskapsdialog 1	Film om Finsam-team och Finsam Göteborg			
November	Utvärdering av kommunikationsplan med tillhörande aktiviteter				
December	Redovisning och revidering av kommunikationsplan	Kommunikationsaktiviteter 2022			

5 Utvärdering och uppföljning

Kommunikationsmålen utvärderas i slutet av innevarande verksamhetsår. Första utvärderingen utförs i november 2021 och redovisas i december 2021. Utvärderingen genomförs kvalitativt genom intervjuer av nyckelpersoner och kvantitativt genom enkätundersökning. Detta kompletteras med analys av trafik på hemsidan och sociala medier.

Utvärderingen innefattar följande punkter

Kommunikationsplanen

Hur fungerade kommunikationsplaneringen? Hur kan den förbättras?

Målen

Blev effekten av kommunikationen den önskade? Nådde vi kommunikationsmålen? Varför/Varför inte?

Planeringen

Hur fungerade kommunikationsplanen? Hur kan den förbättras?

Målgruppsanalys

Nådde vi fram till målgrupperna? Behöver målgruppsanalysen utvecklas?

Informationskanaler

Var det en bra kanalmix?

Aktiviteterna

Hur fungerade kommunikationsaktiviteterna? Hur kan de förbättras?

