



Kommunikationsstrategi

Kommunikationsstrategin är en långsiktig plan som beskriver hur kommunikationen ska bidra till att nå Nynäshamns kommuns övergripande mål enligt Mål och budget. Syftet med kommunikationsstrategin är att skapa en gemensam syn på hur kommunikationen ska bidra till att uppnå målen samt visionen att bli den mest attraktiva kommunen i Europas mest attraktiva storstadsregion – Stockholm.

Extern strategi

Mål med den externa kommunikationen

Det Nynäshamns kommun kommunicerar ska synliggöra och öka kännedomen om kommunens verksamheter samt ge kommuninvånarna kunskap om vilken service och vilka tjänster som erbjuds. Välinformerade och engagerade kommuninvånare som är delaktiga och har inflytande ökar demokratin. Kommunikationen ska även bidra till att skapa en positiv bild av Nynäshamn för att öka inflyttningen och antalet företagsetablering samt för att få fler besökare till kommunen.

Målgrupper

Kommuninvånare, inflyttare, näringsliv, besökare, medier, omvärld och organisationer.

Budskap – bilden vi vill ge av Nynäshamn

Nynäshamn är en expansiv skärgårdskommun endast 30 minuter med motorväg från Globen. Här finns naturupplevelser i lättåtkomlig ytterskärgård, en livskraftig landsbygd och en stad granne med havet. Här ser du den fria havshorisonen från fastlandet. Här finns frihet att utvecklas.

När vi vill utveckla budskapet lyfter vi fram nedanstående

- Nynäshamns stad ligger nära storstaden men har småstadens fördelar. Miljön är trygg och det är nära till det mesta. Många cyklar till jobbet och har båtplatsen mitt i staden. Här finns en stadskärna med ett varierat utbud av butiker, restauranger, caféer och annan service.
- I kommunen finns ett varierat utbud av boendemiljöer och boendeformer – havsnära, på landsbygden, i mindre tätorter och i stadsmiljö - året runt.

- Kommunikationerna till och från Nynäshamn är goda. Det finns motorväg Nynäshamn – Stockholm och tät pendeltågstrafik.
- Möjligheten till ett rikt friluftsliv är stort med lättillgängliga och natursköna områden. Den fria havshorizonten kan ses från fastlandet. Här har ingen längre än nio kilometer till havet.
- Närheten till storstadens marknad, färdig industrimark och kommande hamn med företags- och logistikpark skapar goda möjligheter för företagare att utvecklas i kommunen.
- Nynäshamns kommun är nyskapande och en förebild inom flera områden, till exempel Nynäshamnsmodellen:
 - Sommarjobbssatsningen - sommarjobb till alla ungdomar i fyra årskullar.
 - Heltidssatsningen – heltid för alla kommunanställda som vill ha det.
 - Folkhälsosatsningen – varje år avsätts flera miljoner kronor i en folkhälsofond som ska förbättra livskvaliteten och hälsan hos befolkningen.
- Nynäshamns kommun är en ekokommun som arbetar för ett hållbart klimatneutralt samhälle och satsar bland annat på hållbara och resurssnåla transporter, effektiv energianvändning och kretsloppsanpassad vatten-, avlopps- och avfallshantering. Vi förvaltar vår natur på ett sätt som skapar god tillgänglighet till natur och skärgård för rekreation, friluftsliv och natur- och kulturupplevelser.
- Nynäshamns kommun är en attraktiv arbetsgivare med ett varierat utbud av yrken och intressanta arbetsuppgifter. Kommunen erbjuder rätt till heltid, flextid, önskeschema och möjlighet till distansarbete i flera verksamheter. Medarbetarna erbjuds även en väl utvecklad friskvård.
- För politiker och medarbetare i Nynäshamns kommun står invånarna i centrum, inte systemen när tjänster levereras. Människan sätts före systemet.

Kanaler

Prioriterade kanaler: kommunens webbplatser, pressmeddelanden, e-post, nyhetsbrev, annonser, möten, informationsskyltar och marknadsföringsinsatser.

Övriga kanaler: tryckt information, enkäter, telefonsamtal, postutskick, kungörelser, anslagstavlor, sociala medier, webbapplikationer.

Medier/press

Mediefrågor ska prioriteras högt och massmedier ska ges så korrekt och fullständigt underlag som möjligt. Vi ska arbeta proaktivt i kontakten med massmedier för att stärka den positiva bilden av Nynäshamns kommun. Se även ”Riktlinjer för kommunikation i Nynäshamns kommun”. Vi ska vara aktiva när det gäller att bemöta kritik och synpunkter på kommunens verksamheter, exempelvis genom att svara på insändare som rör någon av kommunens verksamheter.

Uppföljning/utvärdering

- SCB:s medborgarundersökning (där det går att lägga till specifika frågor).
- Förvaltningarnas kund- och brukarundersökningar.
- På kommunens externa webbplatser: läsarundersökningar, tillgänglighetsrapporter och statistik.
- SBA-undersökningen med nöjd kund index (NKI)..

Intern strategi

Mål med den interna kommunikationen

Alla medarbetare ska vara välinformerade om kommunens verksamheter för att kunna ge bra service till kommuninvånarna och till omvärlden i övrigt.

Målgrupper

Chefer, medarbetare, politiker samt entreprenörer – till exempel friskolor och hemtjänstföretag.

Kanaler

Intranätet Insidan, möten, e-post, telefonsamtal, kommunens chatt, anslagstavlor och post.

Uppföljning/utvärdering

- Medarbetarundersökningen.
- Webbplatsen intranätet Insidan: läsarundersökningar, tillgänglighetsrapporter och statistik.

Kommunikationsplaner

Varje förvaltning ska upprätta en kommunikationsplan som tydliggör:

- Hur informationen och kommunikationen ska skötas.
- Hur ansvaret ska fördelas i den egna organisationen.
- Vem inom förvaltningen som ansvarar för den kommunikation som ska bidra till att uppnå Nynäshamns kommuns övergripande mål.

Kommunikationsplanen ska innehålla:

- Vilka kommunikationsinsatser som ska göras under året.
- Vem som ansvarar för kommunikationsinsatserna.
- Till varje kommunikationsinsats görs en aktivitetsplan. Varje insats ska vara avgränsad i tid och budgeteras samt ingå som en del i nämndens/förvaltningens verksamhetsplan och Mål och budget.

Ansvar, samordning och nätverk

Kommunstyrelsen, genom kommunstyrelseförvaltningen, ansvarar för kommunövergripande information från och om Nynäshamns kommun. Nämnder och förvaltningar ansvarar för intern och extern information om sina respektive verksamhetsområden. Där flera enheter medverkar ska kommunikationsinsatserna samordnas.

Kommunstyrelseförvaltningen ska samordna, stödja och utveckla kommunikationsarbetet. Det ska finnas samarbetsforum för kommunikation och webbfrågor med minst en representant från varje förvaltning. Kommunstyrelseförvaltningen har ansvaret för samarbetsforumen.

Vid extraordinära händelser och kriser ligger kommunikationsansvaret på kommunchefen, liksom ansvaret för vilka personella resurser som ska frigöras på respektive förvaltning.

Uppföljning och revidering

Kommunstyrelseförvaltningen ska se över och revidera kommunikationsstrategin var fjärde till femte år.

Dokument om kommunikation och information med förklaringar om innehåll

- **Kommunikationspolicy för Nynäshamns kommun.** En kortfattad beskrivning av vad som gäller för kommunikationen. Exempelvis att den ska vara öppen, snabb, enhetlig enkel och begriplig. Vänder sig till alla medarbetare och förtroendevalda. Beslutas av kommunfullmäktige.
- **Riktlinjer för kommunikation i Nynäshamns kommun.** Detaljerad beskrivning av hur kommunikationen ska skötas. Innehåller riktlinjer för exempelvis grafiska profilen, extern och intern kommunikation och krisinformation. Vänder sig till alla medarbetare och förtroendevalda. Beslutas av kommunchefen.
- **Kommunikationsstrategi.** En långsiktig plan som beskriver hur kommunikationen ska bidra till att nå Nynäshamns kommuns övergripande mål. Exempelvis anges vilka målgrupperna är samt vilka budskap vi ska förmedla av Nynäshamn. Vänder sig främst till chefer och förtroendevalda. Beslutas av kommunfullmäktige.
- **Grafisk profil.** Beskriver hur det material som vi producerar ska se ut: vilka typsnitt som ska användas, hur logotypen ska placeras, vilka färger som ska användas med mera.
- **Marknadsplan för Nynäshamns kommun.** Beskriver förutsättningar för besöksnäringen och strategier som Nynäshamns kommun använder i marknadsföringen för att nå och kommunicera kommunens vision – att bli den mest attraktiva kommunen i Europas mest attraktiva storstadsregion – Stockholm.