

# Kommunikasjonsplattform for Finnmark fylkeskommune 2015 - 2018



## Innhold

Forord.....	1
Innledning.....	2
Rammebetingelser og lovverk.....	4
Utfordringer, strategier og tiltak.....	5
Utfordring 1: Kompetanse.....	5
Utfordring 2: Organisering og ressurser.....	6
Utfordring 3: Synlighet .....	7
Utfordring 4: Tilgjengelighet.....	8
Oppfølging .....	10

## Forord

God kommunikasjon med allmennheten, interessenter og brukere er nødvendig for at fylkeskommunen skal lykkes med sitt samfunnsoppdrag. God kommunikasjon bidrar også til styrket legitimitet og godt omdømme.

Gjennom kommunikasjonsarbeidet skal vi synliggjøre våre mål, våre politikkområder og våre tjenester. God kommunikasjon internt i organisasjonen er viktig for arbeidsmiljøet og bidrar til god ressursutnyttelse.

Kommunikasjonsarbeid er gjennomgripende og gjelder alle saksområder. Ledere har et spesielt ansvar for god kommunikasjon både internt og eksternt.

Fagkunnskapen og ansvaret for oppdatering av nettsider, ideer til produksjon av nyheter og oppdateringer starter i avdelingene/virksomhetene. Kommunikasjonsseksjonen i sentraladministrasjonen bistår med publisering i egne kanaler og til eksterne kanaler. Kommunikasjonssjefen har fagansvar og gir råd til fylkesrådmannen, andre ledere og politisk ledelse.

Min ambisjon er at FFK skal være aktiv og framtidsrettet i kommunikasjonsarbeidet. Vi må bruke egne kommunikasjonskanaler enda mer til å fronte våre saker, vår kompetanse og gjerne våre kommentarer. Samtidig må vi håndtere mediesaker. Å løfte fram store tiltak og positive begivenheter krever bidrag fra mange.

Vi har gitt plattformen navnet «For Finnmark». Dette uttrykker Finnmark fylkeskommunes helhetsperspektiv på kommunikasjonsarbeidet i og for Finnmark.

Juni 2015

Øystein Ruud

Fylkesrådmann

## Innledning

Finnmark fylkeskommune er en stor tjenesteyter, utviklingsaktør, forvalter og påvirker. Oppgavene er mangfoldige og spenner fra videregående opplæring, samferdsel og kollektivtransport til tannhelse, kultur og næringsutvikling.

Finnmark fylkeskommune er en åpen organisasjon. Vi legger stor vekt på å kommunisere tydelig om våre tjenester, oppgaver og politikk.

Kommunikasjonsplattformen skal være et verktøy for å profilere virksomheten vår og synliggjøre organisasjonens mål, både internt og eksternt. Kommunikasjonsplattformen skal også legge grunnlag for dialog og samhandling med brukere, innbyggere, politikere, media og andre interessenter.

Å kommunisere Finnmark fylkeskommunes rolle i Finnmark er viktig for vår legitimitet, omdømme og synlighet. Gjennom kommunikasjonsplattformen vil vi tydeliggjøre og systematisere dette arbeidet.

Kommunikasjonsplattformen er grunnlaget for Finnmark fylkeskommunes kommunikasjonsarbeid.

Medarbeidere har gitt innspill til kommunikasjonsplattformen. En kort oppsummering viser at:

- medarbeidere er veldig engasjert i kommunikasjon og ønsker en ny kommunikasjonsplan
- medarbeidere er opptatt av at FFK synliggjøres som en god og kompetent arbeidsgiver
- FFKs rolle i Finnmark må kommuniseres mer
- kommunikasjon må planlegges i tiltak og prosjekter

Annet bakgrunnsstoff og kilder til arbeidet med kommunikasjonsplattformen er tidligere medieundersøkelser i FFK, omdømmemåling i FFK, Norsk Kommunikasjonsforenings mal for kommunikasjonsstrategi, andre fylkeskommuners kommunikasjonsstrategier, vår elektroniske medieovervåkning Opoint, DIFI-vurdering av våre nettsider og resultater av tellinger i Google Analytics.

De viktigste brukergruppene/interessentene for Finnmark fylkeskommune er:

- Innbyggere (75 000)
- Brukere av FFKs tjenester (bl.a 3000 elever og brukere av kollektivtransport, tannhelsetjenesten og bibliotek)
- Offentlige myndigheter – fra kommuner til departementer
- Næringsliv og organisasjoner
- Egne ansatte (1200)
- Politikere i FFK (35 i FT + vararepresentanter)
- Mediene

## Rammebetingelser og lovverk

En rekke lover og egne regelverk/retningslinjer setter rammer og gir forpliktelser for kommunikasjonsarbeidet. Kommunelovens § 4 sier at fylkeskommuner må drive aktiv informasjon. Finnmark fylkeskommune er også forpliktet gjennom følgende lover, forskrifter og plandokumenter:

- Forvaltningsloven
- Personopplysningsloven
- Arkivloven
- Kommuneloven
- Diskriminerings- og tilgjengelighetsloven,
- Offentlighetsloven
- Sameloven
- Valgloven
- Arbeidsmiljøloven
- Forskrift om elektronisk kommunikasjon med og i forvaltningen,
- Forskrift om universell utforming av informasjon- og kommunikasjonsteknologi
- FFKs reglement for bruk av presse og sosiale medier
- FFKs gode råd for bruk av sosiale medier
- Virksomhetsplaner
- Krisehåndteringsplan
- Etske regler

## Utfordringer, strategier og tiltak

Vi har identifisert fire spesifikke utfordringer i arbeidet med kommunikasjonsplattformen:

- Kompetanse
- Organisering og ressurser
- Synlighet
- Tilgjengelighet

Hver utfordring skal møtes med egne strategier og tiltak.

### Utfordring 1: Kompetanse

Å drive intern og ekstern kommunikasjon er utfordrende i en så stor og mangfoldig organisasjon som FFK. Vi må være faglig oppdatert på innhold i, og utviklinga av kommunikasjonskanaler. Den samlede kommunikasjonskompetansen i FFK må utnyttes bedre og deles mer.

#### Mål:

- FFKs virksomheter og medarbeidere er styrket kommunikasjonsfaglig
- FFKs virksomheter, avdelinger og medarbeidere har relevante verktøy å bruke i kommunikasjonsarbeidet
- Medarbeidere i FFK er aktive og deler informasjon på sosiale medier

#### Strategier:

- I FFK er ledere og medarbeidere engasjerte i og kompetente på kommunikasjonsarbeid
- I FFK får ledere og medarbeidere nødvendig opplæring i mediekontakt og internkommunikasjon

#### Tiltak:

Holde kurs i:

- bruk av sosiale medier
- skriving for nett og ansattportal

- foto/video
- mediehåndtering
- presentasjonsteknikk
- taleskriving/retorikk

## Utfordring 2: Organisering og ressurser

Finnmark fylkeskommune har en egen kommunikasjonsseksjon i sentraladministrasjonen. Virksomhetene ellers har ikke egne kommunikasjonsmedarbeidere. Kommunikasjon blir ikke alltid godt nok ivaretatt i tiltak og prosjekter. Oppfølging av vanskelige mediesaker er tid- og ressurskrevende.

### Mål:

- Avdelingene og virksomhetene har gode rutiner for kommunikasjonsarbeid
- Publisering på egne kanaler foretas av avdelinger/virksomheter i stor grad
- Kommunikasjonsseksjonen er robust nok, og avdelingene og virksomhetene prioriterer kommunikasjonsarbeid
- Medieberedskapen er konstant operativ

### Strategier:

- Gjennomgripende og helhetlig kommunikasjon i tiltak og prosjekter
- All saksbehandling av politiske saker har et kommunikasjonsperspektiv
- FFK tilstreber seg på å ha tilstrekkelige ressurser for bedre samordning og utførelse av kommunikasjonsoppgaver

### Tiltak:

#### Virksomheter/avdelinger:

- setter av ressurser til kommunikasjon ved planlegging, organisering og gjennomføring av konferanser, tiltak og prosjekter
- dekker møter, begivenheter de har ansvar for.  
Kommunikasjonsseksjonen kan bistå med tilretteleggelse og deltakelse



Saksbehandlere/rådgivere:

- produserer pressemeldinger/nettsaker fra sine fagområder

Kommunikasjonsseksjonen:

- organiserer internkurs og oppfølgingsmøter for nettedaktører i FFK
- vedlikeholder FFKs nettsider og intranett (ansattportal)
- organiserer tilganger og redaktøransvar
- foretar valg av kommunikasjonskanaler
- overvåker mediene
- bidrar med rådgivning og avgjørelser
- lager konferansepakker med materiell

### Utfordring 3: Synlighet

FFKs tjenester, aktiviteter og rolle i Finnmark må synliggjøres bedre. Dette betyr blant annet å være mer bevisste med tanke på målgrupper. Å være til stede på relevante møteplasser kan bidra til styrket legitimitet og omdømme.

**Mål:**

- ffk.no scorer høyt på design og brukervennlighet
- Intranett (ansattportalen) har høy brukervennlighet og bruksfrekvens
- FFK er synlig i lokale, regionale og nasjonale medier
- Våre mediekanaler er godt besøkt
- Vi tar i bruk visuell kommunikasjon (f. eks video, animasjon mm)
- Profileringsmateriellet holder høy kvalitet
- Kanalvalgene er bevisste og aktuelle
- Vi publiserer raskt saker og vedtak fra politiske møter
- FFK framstår som en attraktiv arbeidsgiver og rekrutterer gode søkere til ledige stillinger

**Strategier:**

- Tilrettelegge for effektive interne og eksterne kommunikasjonskanaler
- Profilere FFK gjennom deltakelse på relevante møteplasser og arenaer
- Synliggjøre politisk aktivitet i og for Finnmark

**Tiltak:**

- Evaluere intranett (ansattportalen)
- Gi alle medarbeidere tilgang til facebook-publisering på ffk sine facebooksider
- Avdelinger/virksomheter bruker foto/filmutstyr
- Anskaffe billedarkiv
- Måle medieoppslag og andre kommunikasjonsaktiviteter

**Utfordring 4: Tilgjengelighet**

Informasjon om FFKs politikk og tjenester må være relevant, oppdatert og brukervennlig. Arbeidet med å digitalisere søknadsskjemaer må intensiveres og følge FFKs vedtatte digitaliseringsstrategi. Kontakten med brukere av FFKs tjenester og innbyggerne må være enkel.

**Mål:**

- ffk.no må alltid være oppdatert
- Brukerhenvendelser på sosiale medier går til avdelinger og virksomheter
- Alle skjema er digitalisert
- Våre nettsider er tilgjengelig på samisk
- Ansattportalen er brukervennlig
- Politikerne er tilgjengelige for innspill og meningsutveksling

**Strategier:**

- Brukere må ha enkel tilgang til FFKs kanaler, tjenester, medarbeidere og politikere
- Tilfredsstille krav til universell utforming og samisk språk

**Tiltak:**

- Gjøre alle kommunikasjonsverktøy lett tilgjengelig for FFKs medarbeidere og brukere
- Oppdatere og produserer digitale skjema for ekstern og intern bruk
- Kvalitetssikre virksomhetenes og avdelingenes nettsider

- Legge til rette digitale kanaler rette for at innbyggerne/brukerne lett kan kommunisere med politikerne
- Tilrettelegge for politisk meningsutveksling på egen blogg e.l.

## Oppfølging

Kommunikasjonsplattformen publiseres på internett og intranett og gjøres kjent for virksomhetene og avdelingene. Plattformen skal legges til grunn for alt kommunikasjonsarbeid i FFK og skal være en naturlig del av virksomhetsplanlegginga i hele organisasjonen.

Kommunikasjonsfeltet er i stadig endring. Tidsperspektivet på denne plattformen er fire år (2015 – 2018). I denne perioden skal plattformen gi retning for vårt kommunikasjonsarbeid.

Oppnår vi målene vi har satt oss i denne planen vil FFK framstå som en aktiv og framtidsrettet organisasjon.

Kommunikasjonsseksjonen skal følge opp plattformen ved å gi årlig rapport på mål og tiltak til fylkesrådmannen.



FINNMARK FYLKESKOMMUNE  
FINNMÁRKKU FYLKKAGIELDA

**Postadresse**

Postboks 701, 9815 Vadsø

**Besøksadresse**

Henry Karlsens plass 1  
9800 Vadsø

Tlf 78 96 30 00

Fax 78 96 30 01

[postmottak@ffk.no](mailto:postmottak@ffk.no)