



Samordningsförbundet
Lycksele

SAMORDNINGSFÖRBUNDET I LYCKSELE

2006-05-10

JAN-ANDERS STRANDBERG

KOMMUNIKATIONSPLAN FÖR SAMORDNINGSFÖRBUNDET I LYCKSELE

1 BAKGRUND

1.1 Målsättning

Samordningsförbundets övergripande målsättning är att verka för en samordning inom rehabiliteringsområdet utifrån ett individperspektiv mellan arbetsförmedling, försäkringskassa, kommun och landsting till nytta för den enskilde invånaren i Lycksele.

Beskrivningen av samverkan anger att en informations- och kommunikationsplan ska utarbetas. Förbundet verkställande tjänsteman har fått detta uppdrag. Planen har utarbetats i samarbete med chefer från de olika huvudmännen och godkänts av samordningsförbundets styrelse.

1.2 Kommunikationsplanens syfte

Kommunikationsplanens syfte är att skapa kännedom och kunskap om förbundet och dess arbetssätt. Vidare att stimulera till samarbete mellan de fyra parterna som omfattas av lagstiftningen.

Avrapporteringar kommer att ske månadsvis till Lokala Samverkansgruppen och Styrelsen.

1.3 Styrande dokument

Som underlag för arbete med denna plan har använts verksamhetsplan 2006, som fastställts i styrelsen 20051214.

2 NULÄGE

Samverkansförbundet bildades under maj 2005. Verkställande tjänsteman är utsedd och ett delprojekt är formerad. Arbetet i projektet bedrivs utifrån en accessutbildning.

Kommunikationsarbetet kommer att bedrivas mot olika målgrupper, företag och av ett flertal personer. Detta tydliggör behovet av en gemensam kommunikationsplan.

3 PROJEKTETS KOMMUNIKATÖRER

Verkställande tjänsteman, chefer för de olika huvudmännen kommunicerar samverkan sin helhet. Medlemmar i respektive projekt kan uttala sig för gruppens arbete.

Verkställande tjänsteman tillsammans med cheferna synkroniserar informationen och integrerar den i befintliga kanalerna hos respektive huvudman.

3.1 Öppenhet

Verksamheten skall bedrivas med stor öppenhet för att underlätta förankring och för att skapa kunskap om verksamheten och förutsättningarna.

4 MÅLGRUPPER

4.1 Interna målgrupper

Med interna målgrupper menas information till personal hos de fyra huvudmännen och till huvudmännens beslutande församlingar.

Under perioden juni-augusti sker en lansering av samordningsförbundet genom uppsökande verksamhet hos förbundets huvudmän. Lanseringen syftar till att sprida kunskap hos berörd personal om

samordningsförbundet, vad det syftar till, dess organisation, arbetssätt, m m. För ändamålet tas ett informationsmaterial fram innehållande OH-presentation, informationsfolder samt en affisch.

En hemsida med projektinformation ska byggas upp och etableras. På hemsidan ska det finnas information om förbundet (bakgrund, organisation, kontaktinfo osv.) samt blanketter relevanta för de som är intresserade av att söka medel. På hemsidan ska det också finnas information om beslutade projekt/verksamheter och andra nyheter inom förbundet. På hemsidan läggs även tertial och årsredovisningar ut för att möjliggöra för intressenter att ta del av verksamheten.

Under den initiala uppsökandefasen byggs ett nätverk av personal upp som är intresserad av nyheter från förbundet. Dessa kommer via e-post att få information om nyheter från förbundet.

Huvudmännens beslutande församlingar kommer regelbundet att informeras om verksamheten inom samordningsförbundet.

4.2 Externa målgrupper

Med extern kommunikation menas information till allmänhet (via media) och organisationer i den privata och ideella sektorn.

I samband med att styrelsen fattar beslut om nya projekt/verksamheter informeras massmedia (pressmeddelande). Pressmeddelande ska alltid innehålla en faktaruta med bakgrundsfakta om samordningsförbundet. Samma information sprids även via förbundets hemsida.

5. BUDSKAP OCH IDENTITET

Avsändare för gemensam kommunikation som rör verksamheten och dess inre arbete är samordningsförbundet. Förbundet har egen logotyp.

Kommunikationsarbetet ska inriktas på att på ett öppet och enhetligt sätt förmedla fakta kring verksamhetens utveckling, resultat och framtidsutsikter.

Gentemot personalen ska i första hand följande budskap framhåvas:

- Större möjligheter till erfarenhetsutbyte och att komplettera kompetenser mellan huvudmännen
- En starkare påverkansmöjlighet nationellt och internationellt
- Förbättrade förutsättningar för extern finansiering

Till externa målgrupper ska följande grundbudskap tydliggöras:

- Kvalitetshöjning i verksamheten och större valfrihet för individen
- Samarbetet ger Samordningsförbundet större genomslag och därmed ökade möjligheter inom välfärdsområdet.

Nyckelord i kommunikationen är: Fokusering, synlighet, nytänkande, valmöjlighet, utvecklingskraft, optimism, regional tillväxt.

6 Aktörer, intressenter, målgrupper och kanaler

Grunden för den interna kommunikationen är att integrera arbetet i befintliga kanaler hos huvudmännen. I första hand används befintliga informationskanaler hos respektive huvudman. För att förstärka informationen till anställda, deras familjer och regionala aktörer används även regionala media. Det är dessutom viktigt att kommunicera via riksmidia när så är möjligt

Interna Aktörer/intressenter/Målgrupper	Kanaler/arenor
Chefer/Anställda av förbundets huvudmän som berörs av samordningsförbundets verksamhetsfält.	Samordnaren söker upp aktörerna och bokar in mötestider. Lämpligen bör information ges vid personalmöten och andra befintliga arenor. Plan för den uppsökande verksamheten görs i samarbete med den lokala samverkansgruppen (LSG). Vid besöken ges en muntlig presentation samt att informationsblad och affisch lämnas ut. Vid dessa tillfällen får personalen även möjlighet att fylla i en intresseanmälan att ingå i ett lokala informationsnätverket (via e-post).

Förtroendevalda i huvudmännens beslutade församlingar	Muntlig information om så önskas. Information via tertial och årsrapportering samt via hemsida.
---	---

Externa Aktörer/intressenter/Målgrupper	Kanaler/arenor
Aktörer i den privata och ideella sektorn	Uppsökande verksamhet på samma sätt som för interna aktörer.
Allmänheten	Kännedom om förbundet sprids via media. Regelbundna pressmeddelanden och presskonferenser

AKTIVITETSPLAN

De första åtgärderna är redan vidtagna eller under arbete:

I aktivitetsplanen infogas kommunikationsaktiviteter/arbetsmoment allt eftersom de planeras.

Grå markering innebär att aktiviteten är påbörjad/genomförd.

Aktiviteter

Datum	Aktivitet	Ansvar	Kanal	Innehåll
Maj-juli	Förbundets hemsida utvecklas	Samordnare	Egen portal samt via de fyra huvudmännens hemsidor (länkar)	Fakta om förbundet, organisation, kontaktinformation, rapporter, nyheter, beskrivning av tillstyrkta projekt m.m.
Juni-sept	OH, Informationsblad och affisch tas fram.	Samordnare/styrelse		Fakta om förbundet, vad man kan söka för, vem man kan söka och hur gör man.
Juni-sept	Plan tas fram för uppsökande verksamhet	Samordnare/LSG	LSG	Lämpliga arenor identifieras
Juni-sept	Genomförande av plan	Samordnare	Personalmöten och andra befintliga arenor	Muntlig och skriftlig information
Löpande	Pressmeddelande	Samordnare/Styrelse	Sändlista	Aktiviteter/projekt som bedöms ha nyhetsvärde
Löpande	Uppdatering av hemsida	Samordnare	Se ovan	
Kvartals-vis	Tertialrapport till huvudmännen.	Styrelse/samordnare	Skriftlig	Genomförda aktiviteter, nuläge och planering.
April	Framtagande av logga (profil)	Styrelse/samordnare andra förbund		
juli	Lokal erfarenhetskonferens	Styrelse/samordnare och LSG	Konferens	Pågående aktiviteter
Juni-december	Medieaktivitet vid tre utgivningstillfällen	Samordnare	Metropolen	Fakta om vår verksamhet
Augusti	Framtagning av ett faktablad	Styrelsen/samordnare	Broschyr	Fakta om förbundet

