



## MÅL FÖR KOMMUNIKATIONEN 2012-2015

- Stockholms stads kommunikation är tillgänglig och tydlig
- Stockholms stad är en kommunicerande organisation
- Attityden till visionen om ett Stockholm i världsklass och den växande staden är positiv
- Förtroendet för varumärket Stockholms stad är starkt

## Förslag till mål, indikatorer och nyckeltal

### STOCKHOLMS STADS KOMMUNIKATION ÄR TILLGÄNGLIG OCH TYDLIG

#### Befintliga indikatorer på KF-nivå

- Andel invånare som vet var information finns för att komma i kontakt med stadens verksamheter
- Andel personer som anser att stadens webbplats fungerar bra och är användarvänlig
- Andel medborgare som vet var information finns för att göra sina val

#### Befintlig nämndindikator (Servicenämnden)

- Andelen personer som upplever att de får bra service och ett bra bemötande av kontaktcenter Stockholm

#### Förslag till nyckeltal (mäts idag)

- Stockholmsindex för webb, dvs. andelen som anser att de har lätt att hitta, förstå innehåll och komma vidare till e-tjänst eller kontakt via stockholm.se

### STOCKHOLMS STAD ÄR EN KOMMUNICERANDE ORGANISATION

#### Förslag till nya indikatorer på KF-nivå

- Andel personer som tycker att det är lätt att kommunicera med Stockholms stad
- Andelen medarbetare och chefer som i sitt eget arbete bidrar till ett Stockholm i världsklass

#### Förslag nämndindikatorer (mäts i medarbetarundersökning)

- Andelen chefer och ledare som kommunicerar så att medarbetarna förstår hur verksamheten bidrar till ett Stockholm i världsklass

### **Förslag nyckeltal**

- Andelen medarbetare som känner till visionen (mäts i visionsfilm + medarbetarundersökning)
- Andelen medarbetare som har en positiv attityd till visionen (visionsfilm)
- Andel chefer och ledare som ställer tydliga krav på sina medarbetare (medarbetarundersökning)

## **ATTITYDEN TILL VISIONEN OM ETT STOCKHOLM I VÄRLDSKLASS OCH DEN VÄXANDE STADEN ÄR POSITIV**

### **Förslag till ny indikator på KF-nivå**

- Andelen stockholmare som har en positiv attityd till visionen om ett Stockholm i världsklass

### **Förslag nämndindikatorer (mäts idag)**

- Andelen stockholmare som är stolta över att vara stockholmare
- Andel besökare som anger att Stockholm är en attraktiv destination

### **Förslag nyckeltal (mäts idag)**

- Andelen stockholmare som känner till visionen om ett Stockholm i världsklass
- Andelen stockholmare som känner till att staden växer och varför
- Andelen medarbetare som har en positiv attityd till visionen

## **FÖRTROENDET FÖR VARUMÄRKET STOCKHOLMS STAD ÄR STARKT**

### **Befintliga indikatorer på KF-nivå**

- Andelen brukare som anser att stadens verksamheter uppfyller förväntad service
- Andelen invånare som anser att stadens verksamheter har en god service
- Företagens nöjdhet med information från kommunen
- Företagens nöjdhet med kommunens service
- Sammanfattande företagsklimat i kommunen

### **Befintlig indikator på KF-nivå, årsmål tas fram 2011**

- Stadens arbetsgivarvarumärke

Förslag till ny formulering:

- Andelen som anser att Stockholms stad är en attraktiv arbetsgivare

### **Förslag nyckeltal (mäts idag)**

- Andelen stockholmare som har förtroende för Stockholms stad
- Andelen stockholmare som har positiva associationer till S:t Erik