



KOMMUNIKATIONSPLAN FÖR SERVICEFÖRVALTNINGEN 2012

Kommunikationsplanen fastställs av förvaltningsledningen. Eventuella förändringar eller avvikelser beslutas av förvaltningsledningen och dokumenteras i förvaltningsledningsprotokoll. Till denna plan bifogas en årsplan för kommunikation, vilken kontinuerligt justeras under året.

Inledning

SYFTET MED FÖRVALTNINGENS KOMMUNIKATION

Informations- och kommunikationsarbetet ska bidra till att:

- uppnå fastställda mål för verksamheten
- öka intresset för och kunskapen om verksamheten, inom och utanför förvaltningen
- öka den interna samhörigheten och den externa tydligheten
- vara en del av kvalitetsarbetet genom att kommunicera nämndbeslut, policyer och strategier med avseende på nämndens verksamhetsområden.

EXTERN KOMMUNIKATION

Förvaltningens externa kommunikation ska underlätta för stadens medborgare, brukare och kunder att överblicka stadens service, tjänster och utbud, att göra jämförelser och egna val. Vi ska också målmedvetet stärka varumärket Stockholms stad och huvudbudskapet ”Stockholm – The Capital of Scandinavia”.

STADSINTERN KOMMUNIKATION

Förvaltningens kundkommunikation ska ge kunderna den kunskap de behöver och oss den feedback vi behöver för att vi ska kunna samarbeta och genomföra våra uppdrag på bästa sätt. Kommunikationen med kunderna ska genomsyras av våra värdebudskap – *professionlighet, effektivitet, öppenhet* – både när vi kommunicerar elektroniskt och muntligt.

FÖRVALTNINGSINTERN KOMMUNIKATION

Med öppenhet och transparens inom vår organisation kan vi åstadkomma *delaktighet, förtroende, ansvarstagande* och *engagemang*. Detta ställer krav på den interna kommunikationen och det kommunikativa ledarskapet. Vid varje kommunikationsinsats ska vi sträva efter att placera beslut och genomförande i en större helhet och förklara dem i ett sammanhang.

KOMPLETTERANDE KOMMUNIKATIONSPLANERING

Inom förvaltningen skapas stödjande kommunikationsplaner för olika ändamål för kortare eller längre tid under året. Dessa samordnas med den övergripande kommunikationsplanen. Exempel:

- Verksamhetsområdesspecifika (t.ex. IT-service, KC)
- Tjänster (ev. nya inom respektive verksamhetsområde)
- Projekt (t.ex. verksamhetsförändringar, omorganisationer, Lean-arbete)

Övergripande vision och budskap

De övergripande strategiska budskapen som står i stadens övergripande kommunikationsplan gäller även för serviceförvaltningen:

”Stockholm är en hållbart växande stad. Visionen är att vara en stad i världsklass år 2030. Genom 100-tals byggprojekt och satsningar på omsorg, utbildning och service ska staden utvecklas, och allt vi gör strävar mot visionen.

Stockholm ska vara en levande, mänsklig och kreativ storstad i världsklass. Det är vad som nu och i framtiden gör oss till Stockholm – The Capital of Scandinavia.”

FÖRVALTNINGENS VÄRDEBUDSKAP

På serviceförvaltningen ska vi använda oss av ytterligare några värdeskapande budskap som genomsyrar vår kommunikation:

- *Professionalitet*: Vi ger god och effektiv expertservice till stadens verksamheter och det ska vara enkelt att vara kund hos oss, samt för kontaktcentrets del ”Det ska vara enkelt att vara stockholmare”.
- *Effektivitet*: Vi bidrar till att minska kostnaderna för stadens administrativa funktioner samt till att övriga nämnder ska kunna koncentrera sig på kärnverksamheten.
- *Öppenhet*: Vi välkomnar synpunkter och initiativ.

Målgrupper som ska nås av vår kommunikation

- Serviceförvaltningens medarbetare, nuvarande och potentiella
- Medborgare (främst för Kontaktcenter Stockholm)
- Kunder/beställare inom Stockholms stad – förvaltningar och bolag
- Företagare (främst för verksamhetsområdena upphandling och KC)

ÖVRIGA INTRESSETER

- Servicenämnden
- Kommunstyrelsen och kommunfullmäktige
- Stadsledningskontoret
- Leverantörer m fl, med vilka vi kommunicerar till vardags
- Berörda myndigheter
- Fackliga organisationer
- M fl

Målgruppernas behov

KUNDER/BESTÄLLARE

NKI i 2011 års kundundersökning blev 70 (2010: 72) för löneadministrationen, 67 (2010: 67) för ekonomiadministrationen och 62 (2010: 71) för upphandlingen. Kontaktcenter Stockholm har mätt inom olika tjänsteområden, se tabellen nedan.

Äldre direkt	Förskola (kunder = förvaltningar)	Förskoleklass/ skolbarnomsorg (kunder)	Tekniska verksamheter
53 (2010: 62)	59 (2010: 52)	76 (2010: --)	51 (2010: 55)

Serviceförvaltningen övergripande

Mätningen bland bolags- och förvaltningschefer gav ett NKI på 58. Där är missnöjet störst kring serviceförvaltningens priser i förhållande till vad vi levererar. 44 procent av förvaltningscheferna och 83 procent av bolagscheferna anger ett betyg på 1-5 på den frågan. Det är angeläget att vi ökar förståelsen för vår leverans samt tydligt visar att våra priser är konkurrenskraftiga.

Kundundersökningen visar en ökning av missnöjet med intranätets innehåll och kvalitet. Att intranätet är huvudkällan för arbetsrelaterad information är tydligt och här behövs större insatser för att få fler kunder att ta del av och vara nöjda med det vi publicerar, samt minska telefonsamtal och e-post till förvaltningen. Förvaltningens redaktionsgrupp har initierat en fördjupad undersökning bland våra kunder för att höja kvaliteten på vår intranätinformation.

Ytterligare förvaltningsövergripande behov under året är nya tjänsteområden, medarbetar- och kundenkät, friskvårdsinsatser, planering och uppföljning (VB, T1, T2, VP), övrig ledningsinformation med fokus på vision och verksamhetsmål. Se bilaga Årsplan.

Löne- och pensionsadministration

Förbättringsområdet för löne- och pensionsadministration när det gäller att förbättra NKI är *information*, vilken är den faktor som generellt sett har lägst betyg inom löneadministrationen. Information har en hög påverkan på NKI och är därför ett viktigt område att förbättra. Intern tydlighet kring gränssnitt och processer är av största vikt för att vi ska kunna vara tydliga med våra kunder. Införandet av Löneservice ger en förbättring av tillgängligheten till och kvaliteten av muntlig information.

Verksamhetsbehov inom området är fortsatt kommunikation om nya arbetsätt samt kundinformation om processer och gränssnitt.

Ekonomiadministration

Inom ekonomiadministrationen är kunderna i stort nöjda med service, processer och information. Trots det är det viktigt att fortsätta utveckla kundkommunikationen för att ytterligare förbättra kvaliteten.

De verksamhetsspecifika behoven under året är marknadsföring av tjänster, temadagar, tydligare/enklare beskrivningar av gränssnitt samt nya uppdrag.

Koncernupphandling

Avtal får lägsta betyg när det gäller serviceförvaltningens upphandlingsverksamhet. Frågan som utgör indexet för avtal: *hur nöjd man är med de centrala avtalen serviceförvaltningen ansvarar för*, får också ett relativt lågt betyg och har en relativt stor påverkan på NKI. Verksamhetsområdet har under 2011 startat Lean, som med sannolikhet kommer att ge vissa förändringar och förbättringar i kundkommunikationen under 2012.

De mer verksamhetsspecifika behoven inrymmer också en verksamhetspresentation, kalenderium, vem-gör-vad-info, kommunikation med leverantörskontakter samt enkäter.

Kontaktcenter Stockholm

Resultatet från kundundersökningar som görs löpande visar att medborgare till största delen är nöjda med Kontaktcenter Stockholms tjänster, bemötande och tillgänglighet. Resultaten är underlag för eventuella förbättringsåtgärder i Kontaktcenter Stockholms service samt för kommunikativa insatser. Kontaktcentret har från och med 2012 ett utökat mandat att påverka innehållet på stadens webbplats, vilket möjliggör mer tillförlitlig och uppdaterad information till stockholmarna.

De verksamhetsspecifika behoven är nya tjänster (ev.organisationsförändringar), samarbete med förvaltningar, kundmöten, förbättrad internkommunikationen, kvalitetssäkring samt driftsstörningsinformation.

IT-service

De verksamhetsspecifika kommunikationsbehoven är ansvarsområden, tjänster, processer och rutiner, uppföljningar (rapporter, statistik) samt en kommunikationsplattform¹ som stöd för arbetet.

SERVICEFÖRVALTNINGENS MEDARBETARE

NMI för 2011 års medarbetarundersökning blev 66 (2010: 67). Av de åtta frågeområdena får ”*Organisation*” lägsta betygsindex. Uppfattningarna om organisation visar att få ger lägsta betyg men var tredje ger medelbetyg (5-7) för arbetsrutiner, arbetsfördelning och fungerande arbetsplats. Enligt undersökningen är områdena ”*Utveckling och kompetens*” och ”*Organisation*” sådana som bör prioriteras under året. Förvaltningens chefer har naturligtvis en betydande roll i detta och har också fått individuella mätningar av det kommunikativa ledarskapet. Läs mer om det nedan.

SERVICENÄMNDEN

Service-nämnden har ett särskilt intresse av serviceförvaltningens information som tillgodoses genom månatliga nämndmöten av förvaltningsledningen. Liksom med den interna kommunikationen ska förvaltningen vara öppen och transparent för att åstadkomma *delaktighet, förtroende* och *engagemang* i nämnden.

Det kommunikativa ledarskapet

Det kommunikativa ledarskapet är viktigt för att lyckas i den interna kommunikationen. Kommunikativa ledare och medarbetare för en kontinuerlig dialog om hur vi når våra mål, utvecklar kvalitet och hur budget ska vara i balans i verksamheterna. Att i samverkan skapa mening mellan ledare och medarbetare utvecklar vår kommunikativa organisation. Engagemang och delaktighet ger ett bättre resultat för arbetet mot ett Stockholm i världsklass.

Sex ledarskapsdimensioner mäts i medarbetarundersökningen:

1. Att förmedla stadens mål och budskap
2. Tydlighet, förväntningar och ramar
3. Återkoppling
4. En närvarande, coachande chef
5. Dialog och delaktighet
6. Öppenhet och respekt

¹ Med kommunikationsplattform menas i det här sammanhanget ett system för att kommunicera med målgrupper, samt ett sätt att få nödvändig och relevant information från dessa och andra.

En handfull av förvaltningens chefer har ett resultat som med fjolårets metod skulle kallats ”gula” eller ”röda”. Det är viktigt med en analys av vad låga resultat kan bero på. På serviceförvaltningen sker samtal flera gånger mellan varje mätning, där cheferna tillsammans med informatören och överordnad chef går igenom sitt individuella resultat och får råd, verktyg och stöd i sin fortsatta utveckling inom detta område. Under året kommer stadsledningskontoret bland annat att anordna fortsatta chefsseminarier i kommunikativt ledarskap.

Ansvar och roller

Kommunikation är ett strategiskt ledningsverktyg för staden och stadsledningskontoret har ett övergripande och förvaltningsledningen ett verksamhetsövergripande ansvar för styrning och samordning av arbetet. Varje del av organisationen ska använda och utveckla kommunikationen för att styra mot målen. Med verksamhetsansvar följer ansvar för kommunikationen.

Cheferna i våra verksamheter ansvarar för kommunikationen med alla som berörs av den verksamhet de leder. Stadens chefer och ledare ska sträva efter att skapa mening och förståelse för allas ansvar för att utveckla verksamheten och för att bidra till dialog, såväl internt som externt. Cheferna ansvarar för att alla kommunikationsinsatser, såväl större projekt som det löpande dagliga arbetet, bidrar till de övergripande målen.

Informatören ska stödja cheferna i detta arbete och bidra till att utveckla kommunikationen så att målen nås. Informatören ska också samordna kommunikationen i förvaltningen och säkerställa att den hela tiden förstärker de övergripande budskapen och styr mot våra gemensamma mål och mot visionen om en stad i världsklass.

Kanaler

- Intranät och stockholm.se
- Avdelnings- och enhetsmöten
- Kundmöten, ”öppet hus”, m m
- E-post
- Telefon
- Meddelanden i enhetlig mall från respektive verksamhetsområde till kundkontakter
- Rapporter
- Nyhetsbrev:
 - Serviceförvaltningens informationsblad till kunder
 - Nyhetsbrevet ”Gemensam IT” tillsammans med IT-avdelningen på stadsledningskontoret till i huvudsak IT-beställare, IT-godkännare och IT-



samordnare, men även förvaltnings-, ekonomichefer samt administrativa chefer

- Kontaktcenter Stockholms informationsblad till kunder, vid behov
- Personalblad
- Trycksaker
- Bildspel
- m m

Samordning av kommunikation inom staden

- Redaktionell planering: samordning genom serviceförvaltningens intranätredaktion samt Stockholm Webb-gruppen (stadens huvudredaktörer)
- Central kommunikationsplanering – samordning med kommunikationsstaben på stadsledningskontoret och/eller kommunikationschefsggruppen (kommunikationsansvariga för förvaltningar och bolag) vid större förändringar och projekt.

Uppföljning och mätning

Kommunikationen ska vara resurseffektiv och resultatorienterad. Den ska följas upp och utvärderas så att vi är säkra på att vi använder våra resurser på bästa sätt och når resultat. Att löpande lyssna av våra målgrupper och ta reda på hur de tar till sig kommunikationen, är avgörande för att nå resultat. Detta görs framförallt i möten, både de förvaltningsinterna och de med våra kunder.

Den årliga kundundersökningen (samt kontaktcentrets löpande undersökningar med stockholmare) och förvaltningens medarbetarundersökning ger en samlad bild av hur kommunikationen utvecklas. Under året görs även mindre, ämnesspecifika enkätundersökningar (t ex om intranätet), för att få underlag till kvalitetsutveckling.

Vi ska följa upp projekt och aktiviteter och göra erfarenheter kända i organisationen. Att följa upp och utvärdera resultatet är en del av ansvaret för den som ansvarar för kommunikationen.

Under 2012 läggs stadsövergripande mål och indikatorer för kommunikation in i ILS-verktyget.



Bilaga

ÅRSPLAN