

Tyresö kommun
Kommunledningskontoret
Karin Hassler
kommunikationschef

PM
2016-02-04
1 (8)

karin.hassler@tyreso.se

KD ledningsgrupp

Kommunikation – utvecklingsstrategi 2015-2018

Tyresö kommuns vision är att vara den mest attraktiva kommunen i Stockholmsregionen. Visionen ska nås genom att verksamheterna fokuserar på fem strategiska målområden:

- Livskvalitet – den attraktiva kommunen
- Medborgarfokus – varje Tyresöbo i centrum
- Blomstrande näringsliv
- God och långsiktig hushållning med effektiva verksamheter
- Attraktiv arbetsgivare

En välplanerad kommunikation är avgörande för att nå kommunens vision. God kommunikation medverkar till att skapa en tydlig och trovärdig bild av Tyresö som inger medborgarna förtroende samt gör oss attraktiva som arbetsgivare, bostadsort och samarbetspartner. Kommunikationen spelar också en viktig roll i arbetet att ge en god service till medborgarna och ett gott arbetsklimat och effektivitet i organisationen. Vi ska alltid sträva efter att ha medborgarfokus och ge en samlad bild av kommunen. Kommunikationen ska samordnas över organisationsgränserna för att ge en helhetsbild och öka förståelsen för de beslut som tas.

Ledorden för vår kommunikation är öppen, planerad och målgruppsanpassad.

Våra främsta informationskanaler: tyreso.se, intranät, kommunbilaga, sociala media, pressmeddelanden och platsannonser ska samverka. För att vi ska kunna skapa en tydlig bild måste kommunikationen vara konsekvent.

Livskvalitet – den attraktiva kommunen

Kommunikativt är detta mål starkt förknippat med bilden av Tyresö. Huvuddragen i kommunens vision och mål ska kommuniceras till medborgarna och informationen ska vara lätt tillgänglig för medborgare och andra externa intressenter som vill fördjupa sig inom ett visst område.

De största direkta hoten mot Tyresös attraktivitet som boendekommun – och därmed huvudbudskapets trovärdighet – är medborgare som är missnöjda med servicen, missnöjda medarbetare och låg konkurrenskraft som arbetsgivare.

Nuläge

Tyresö är inne i en ny stor tillväxtfas och vi behöver arbeta på att minska anonymiteten. Tyresös läge med närhet till naturen, storstaden och en expansiv arbetsmarknad ger medborgarna stora fördelar. I länet är Tyresö ganska känt för sin natur, men fortfarande anonymt för många och uppfattningen att Tyresö ligger långt bort och med dåliga kommunikationer är relativt spridd.

Medborgarna däremot anser att kommunikationerna är goda, uppskattar naturen och är nöjda med kommunen. Enligt Svenskt kvalitetsindex 2015 är vi Sveriges populäraste kommun då 99 av 100 medborgare rekommenderar andra att flytta hit. Verksamheterna fick också gott betyg, bäst i länet och ranking 15 av rikets 290 kommuner. Även SCB:s attitydundersökning bekräftar att medborgarna är nöjda: Tyresös betyg är högre än genomsnittet för de flesta faktorer som rör kommunen som en plats att bo och leva på, två variabler – trygghet och utbildningsmöjligheter låg på snittet. Högst betyg fick faktorerna kommunikationer (69) och fritidsmöjligheter (69).

Genomfört 2015

Våren 2015 hade vi en bilaga om Tyresö i DN som gav stort positivt genomslag, annons i bilaga Vildmarksmässan samt annons i Stockholms fritidskarta. Vi tog också fram en ny broschyr ”Upptäck Tyresö” som bland annat används av mäklare.

Utvecklingsstrategi

Kommunikationen ska visa på vår attraktivitet och medvetet stärka Tyresös identitet – se bilaga 1.

Kunskapen om Tyresö som friluftskommun är god, men extra insatser ska göras för att lyfta kännedomen om kulturlivet. Samarbetet med mäklare och byggherrar ska stärkas då deras kommunikation kring Tyresö är viktiga kanaler för våra budskap.

Sociala media ska användas strategiskt för att nå både Tyresöbor och grupper utanför Tyresö (ex annonsering på Facebook för olika evenemang och händelser).

Medborgarfokus – varje Tyresöbo i centrum

Nuläge

SCB:s attitydundersökning visar att påverkan och inflytande är ett förbättringsområde för kommunen.

Genomfört 2015

Lyckade medborgardialoger har genomförts, särskilt i översiktsplanearbetet. Ett nytt program för medborgardialog har tagits fram under 2015. En social media strategi har tagits fram och ett nätverk för personer från olika verksamheter som närvarar i sociala media har bildats.

Tyreso.se har mobilanpassats – nära hälften av Tyresöborna besöker webbplatsen via mobila enheter.

Utvecklingsstrategi

Nya programmet för medborgardialog ska implementeras och förankras internt.

Dialogen på sociala media blir allt viktigare. Strategin för sociala media ska implementeras och regelbundna möten med nätverket med social-media-redaktörer.

Det ska vara lätt att vara Tyresöbo och hitta den service som finns för medborgarna, arbetet med att kvalitetssäkra informationen och sökbarheten på tyreso.se fortsätter.

Kommunikatörerna ska arbeta för medborgarfokus i verksamheterna, både genom kommunikationen till medborgarna och genom att lyfta fram goda exempel.

Blomstrande näringsliv

Nuläge

Flera nya initiativ, exempelvis Näringslivsdagen har etablerats i Tyresö och en handlingsplan har tagits fram.

Utvecklingsstrategi

Förankra handlingsplanen internt och kommunicera de insatser som görs enligt handlingsplanen.

En utförarwebb för alla anordnare/utförare/friskolor ska skapas. Där ska finnas alla uppgifter om vad som krävs för att etablera och driva verksamhet i Tyresö.

God och långsiktig hushållning med effektiva verksamheter

Detta mål är starkt förknippat med kommunikativt ledarskap och internkommunikation. Kommunens vision, mål, metoder för att nå målen samt resultatet som nås ska vara kända av kommunens medarbetare. Det skapar tydlighet, delaktighet och bidrar till känslan av att vi arbetar tillsammans mot gemensamma mål. Medarbetarna ska kunna vara goda ambassadörer för kommunen och medverka till en tydlig bild av Tyresö.

Nuläge

Styrprocessen borgar för en tydlig röd tråd och dialog kring mål i planeringsarbetet. Denna röda tråd följs dock inte upp konsekvent, exempelvis i modeller för medarbetar- och lönesamtal. Cheferna behöver ges bättre stöd i arbetet med att hålla diskussionen levande och öka delaktigheten i utvecklingsarbetet.

Genomfört 2015

En folder om vision och mål togs fram för att underlätta chefernas arbete med enhetsplanerna. Hur denna togs emot och användes bör följas upp.

Utvecklingsstrategi

Ledningen ska bli synligare och intranätet nyttjas bättre som ett ledningsinstrument. Medarbetarna ska bjudas in till dialog via chefer och via

ökad interaktivitet på intranät och andra digitala samarbetsytor. Digitala samarbetsytor stimulerar också till lärande och erfarenhetsutbyte och kan fungera som en plattform för att sprida goda exempel. För det behövs en utveckling av intranät.

En analys av önskemål kring internkommunikation och intranätet som arbetsverktyg och ledningsinstrument ska genomföras.

Kommunikationsstöd ges för att förenkla införande av nya system och arbetssätt.

Attraktiv arbetsgivare

För att bli en attraktiv arbetsgivare behöver vi ha fokus på kommunikation som ledningsverktyg och i övrigt effektiva processer. Detta behandlas under målområdet God och långsiktig hushållning. Här nedan beskrivs hur vi ska arbeta med vårt arbetsgivarvarumärke.

Arbetsgivarvarumärket

Nuläge

Tyresös arbetsgivarvarumärke är olika starkt för olika delar av organisationen. Rekryteringen påverkas också av att många tror att Tyresö ligger långt bort med dåliga kommunikationer. Internt finns önskemål om tydligare mål.

Genomfört 2015

Ett ”employer branding” koncept har tagits fram, liksom ett upplägg till chefsutvecklingsprogram. Vårt gemensamma arbetsgivarbudskap är ”Höga ambitioner. Nära livet.”

Utvecklingsstrategi

Stärka samarbetet mellan kommunikation och HR, vad gäller internkommunikation och chefsutveckling.

Förankra ”employer branding” konceptet internt och implementera det i allt arbete med rekrytering, på Jobbportalen, i sociala media etcetera. Särskild kommunikationsplan för detta tas fram.

Arbetsgivarvarumärket stärks också genom god internkommunikation som skapar förståelse för helheten och hur vi gemensamt arbetar för att nå målen. för de förändringar, exempelvis omorganisationer, som genomförs.

Vi ska arbeta för att marknadsföra oss via redaktionella artiklar i fackpress.

Bilaga 1 till Kommunikationsstrategi

Tyresös identitet

I vårt pågående arbete med ny översiktsplan har Tyresö identiteter tagit fram i dialog med medborgarna. Tyresös identitet skapas genom att vi i all samhällsbyggnad tänker hållbart, mänskligt, grönt och blått. Detta ska beaktas i all vår kommunikation.



Hållbart - Allt vi gör och alla beslut vi tar ska värna om ekologiska, sociala och ekonomiska värden. Nya miljöer är omsorgsfullt utformade och estetiskt tilltalande – miljöer som håller i längden. Vi bygger ett hållbart samhälle samtidigt som vi växer.

Mänskligt - Tyresö har en bebyggd miljö som stödjer livet mellan husen genom en mänsklig skala, form och klimat. Småskalighet går igen i allt som företagande, kommunens verksamheter, företagande och boendemiljöer.

Grönt och blått - Tyresö är ett starkt samband i Tyrestakilen. Vi är kända för vår natur och vårt vatten som är storslaget och varierat. Alla tyresöbor har nära till rekreation, friluftsliv, skog, park och vatten.

TEMAN

Identiteten stärks ytterligare genom att vi adderar fyra teman till identiteten; aktivt, nära, varierat och tillsammans.

Aktivt - Miljön lockar till aktivitet, möten, lek, kultur och rekreation. Det är enkelt att leva ett aktivt liv.

Nära - Tyresöborna upplever att det är nära till allt. Knutpunkter i och utanför Tyresö skapar ett nätverk av attraktiva platser för såväl arbete som fritid.

Variert - Variationsrikedom genomsyrar alla delar av samhället. Det finns mycket att välja på vad gäller livsstil, boendeform, utemiljö, service, handel och transportsätt.

Tillsammans - Tillsammans skapar vi framtidens Tyresö. Det gör vi genom dialog och kommunikation som lägger grunden till samsyn mellan Tyresöbor, näringsliv, föreningar, kommun och fastighetsägare.