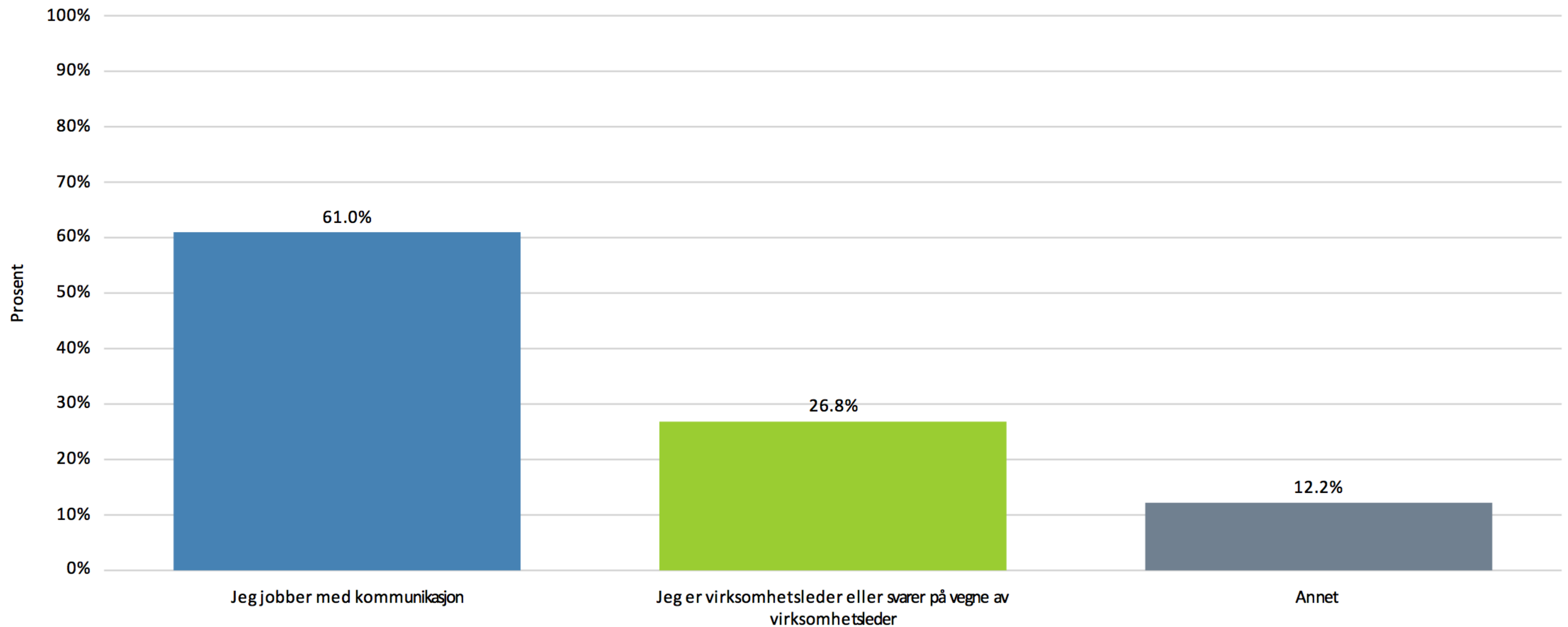


# Kommunikasjonsbehov og kanalbruk internt i Oslo kommune

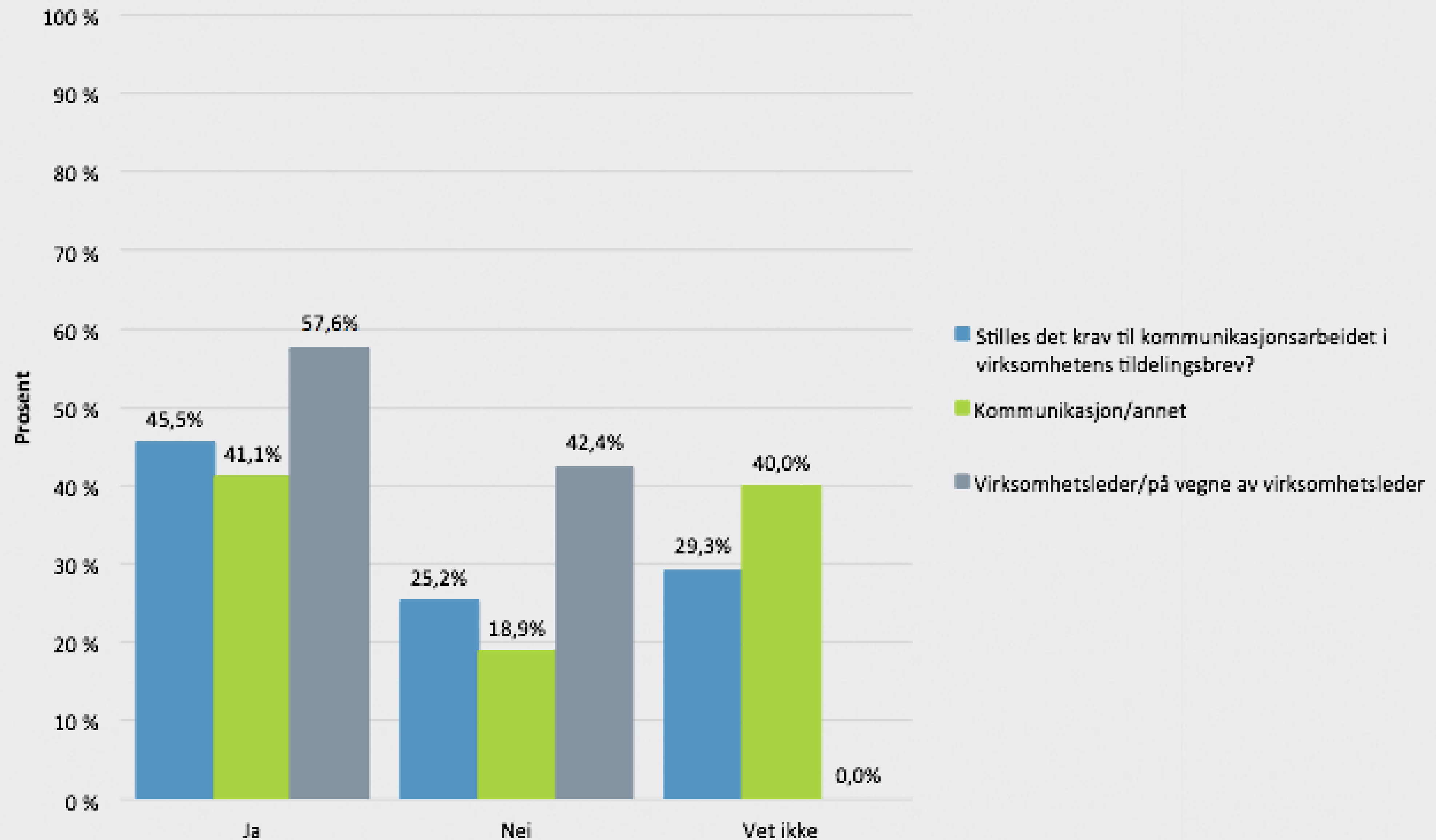


# 123 har svart på undersøkelsen



# Formelle krav til kommunikasjon

## Formelle krav til kommunikasjonsarbeidet





# Planer, strategier og rutiner

- Utarbeides en overordnet kommunikasjonsplan
- Integrere i kommunikasjon i plan- og styringsdokumenter
- Etablert kommunikasjonsstrategi
- En kommunikasjonsstrategi som tar høyde for etatens betydelige samhandling med omgivelsene og interessegrupper
- Rutiner for håndtering og varsling av informasjons- og mediesaker
- Ha en lokal kommunikasjonsplan
- Årlig rapportering på bruk av kommunikasjon som strategisk virkemiddel

- Det skal utarbeides en overordnet kommunikasjonsplan for virksomheten og for våre prosjekter.

# Omdømme og synlighet

- Være synlige og relevante
- Krav til omdømmearbeid og mediarbeid
- Bidra til å bedre omdømmet til vår sektor
- Fremme sektorens omdømme
- Formidling av resultater
- Sørge for å gjøre ordningen kjent
- Profesjonell mediehåndtering
- Drive formidling
- En viss informasjonsplikt overfor befolkningen
- Sette temaer på dagsordenen



- Tildelingsbrevet beskriver at kommunikasjonsarbeidet skal bidra til å bedre omdømmet til vår sektor.



- Etaten skal ha en lokal kommunikasjonsplan som fremmer sektorens omdømme.
- Krav til omdømmearbeid og mediearbeid.

# Digitalisering

- Fortløpende vurdere våre digitale tjenester
- Digitalisering av flere av våre tjenester
- Modernisering og økt bruk av elektronisk kommunikasjon
- Videreutvikle interaktive tjenester og annen elektronisk samhandling
- Elektronisk kommunikasjon skal være den prioriterte kanalen for dialog med brukerne av kommunens tjenester
- Delta i utviklingen av gode digitale tjenester



- Elektronisk kommunikasjon skal være den prioriterte kanalen for dialog med brukerne av kommunens tjenester.

- Delta i utviklingen av gode, digitale tjenester.



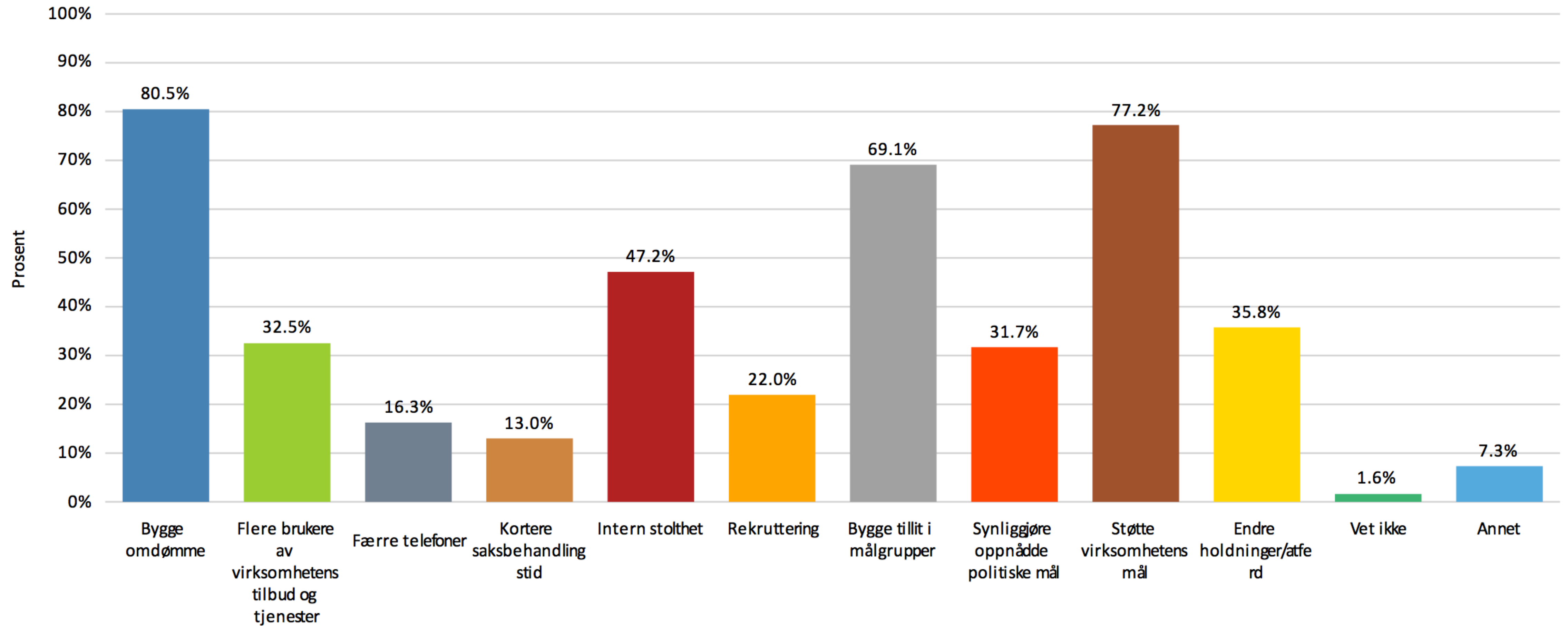
# Kravene til kommunikasjon

1. Bidra til omdømme, profilering og synlighet
2. Lage strategier, planer og rutiner
3. Digitalisere flere tjenester

# Mål og målgrupper for kommunikasjonsarbeidet



## Hva er de viktigste målene for kommunikasjonsarbeidet?



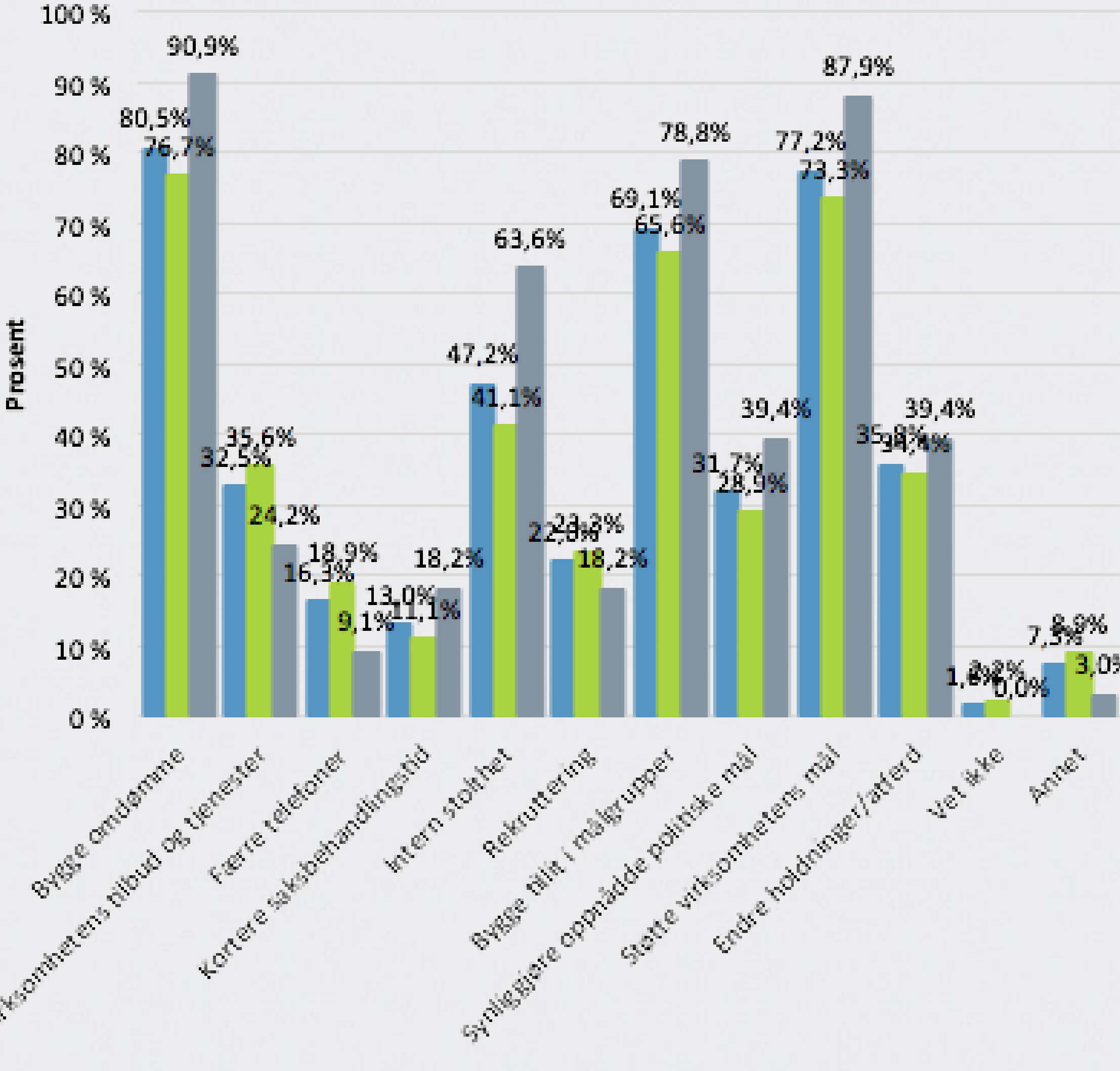


# 5 viktigste målene

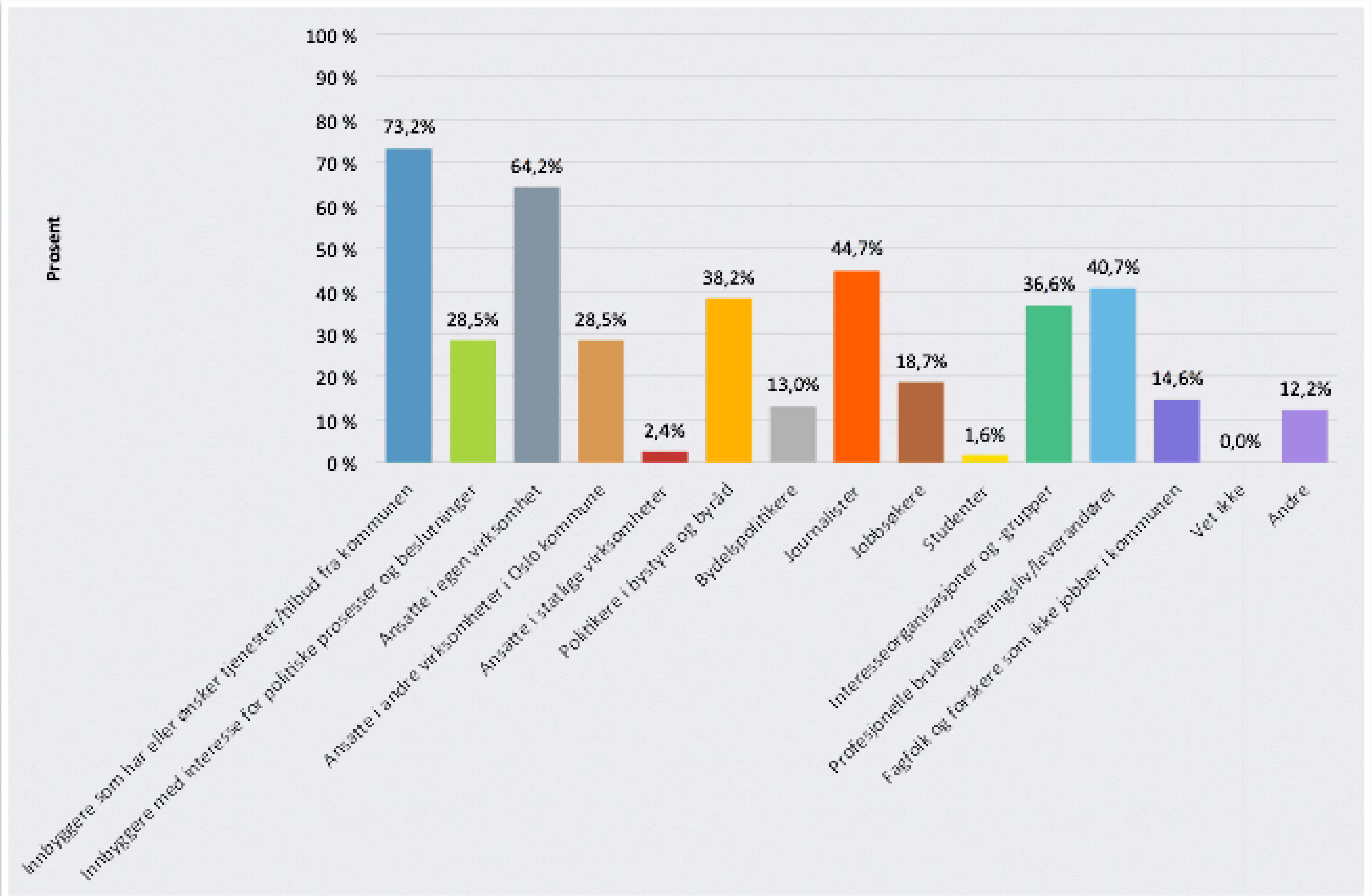
1. Bygge omdømme (80.5 %)
2. Støtte virksomhetens mål (77.2 %)
3. Bygge tillit i målgrupper (69.1 %)
4. Intern stolthet (47.2 %)
5. Endre holdninger/atferd (35.8 %)
6. Flere brukere av virksomhetens tilbud og tjenester (32.5 %)
7. Synliggjøre oppnådde politiske mål (31.7 %)
8. Rekruttering (22.0 %)
9. Færre telefoner (16.3 %)
10. Kortere saksbehandlingstid (13.0 %)

# Hva er de viktigste målene for kommunikasjonsarbeidet?

Virksomhets-  
lederne mener



# Hvilke målgrupper er viktigst for kommunikasjonsarbeidet?



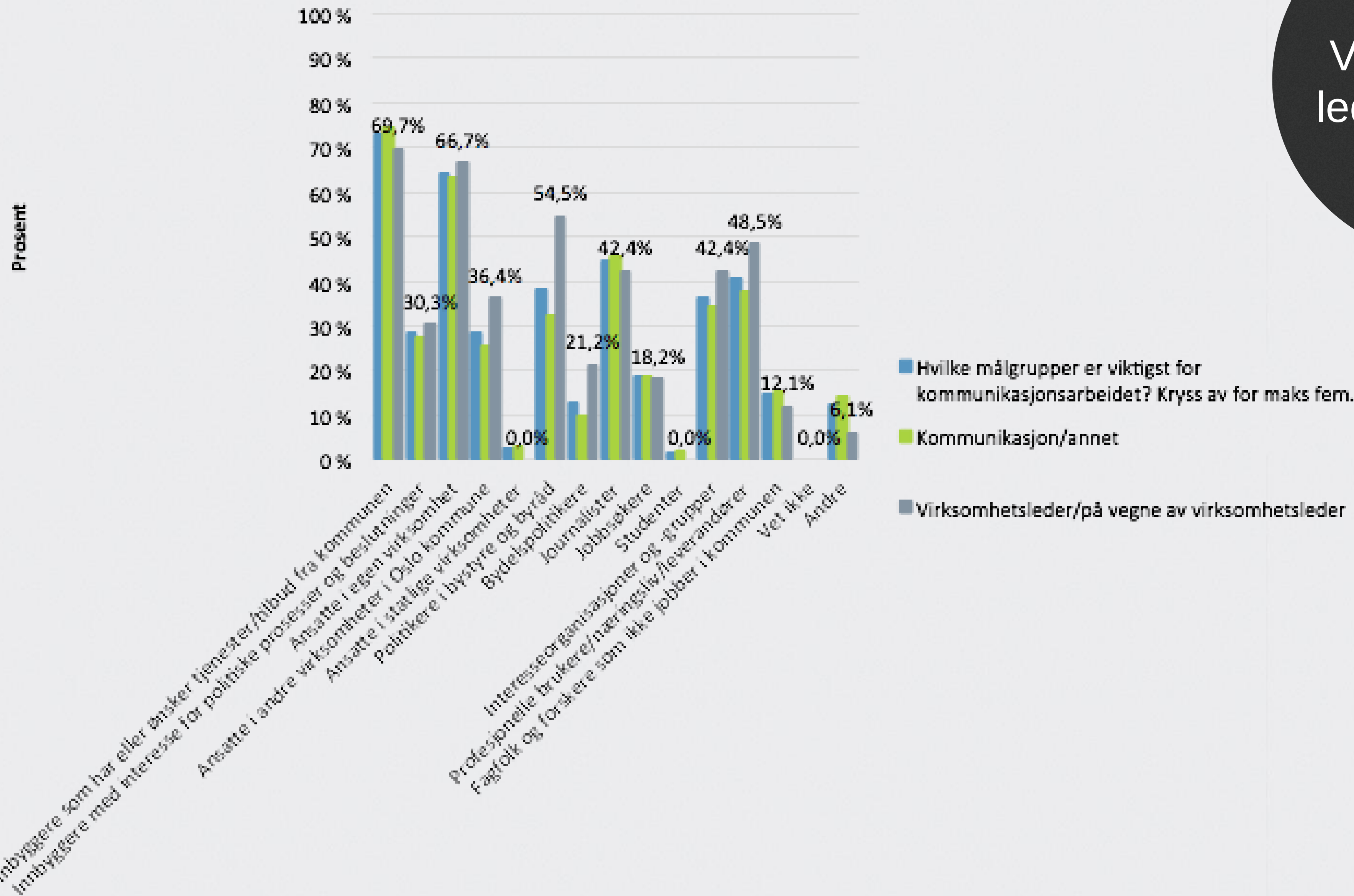


# 5 viktigste målgrupper

1. Innbyggere som har eller ønsker tjenester og tilbud fra kommunen (73.2 %)
2. Ansatte i egen virksomhet (64.2 %)
3. Journalister (44.7 %)
4. Profesjonelle brukere, næringsliv, leverandører (40.7 %)
5. Politikere i bystyre og byråd (38.2 %)
6. Interesseorganisasjoner (36.6 %)
7. Innbyggere med interesse for politiske beslutninger (28.5 %)
8. Ansatte i andre virksomheter i Oslo kommune (28.5 %)
9. Jobbsøkere (18.7 %)
10. Fagfolk og forskere som ikke jobber i kommunen (14.6 %)

# Hvilke målgrupper er viktigst for kommunikasjonsarbeidet?

Virksomhets-  
lederne mener



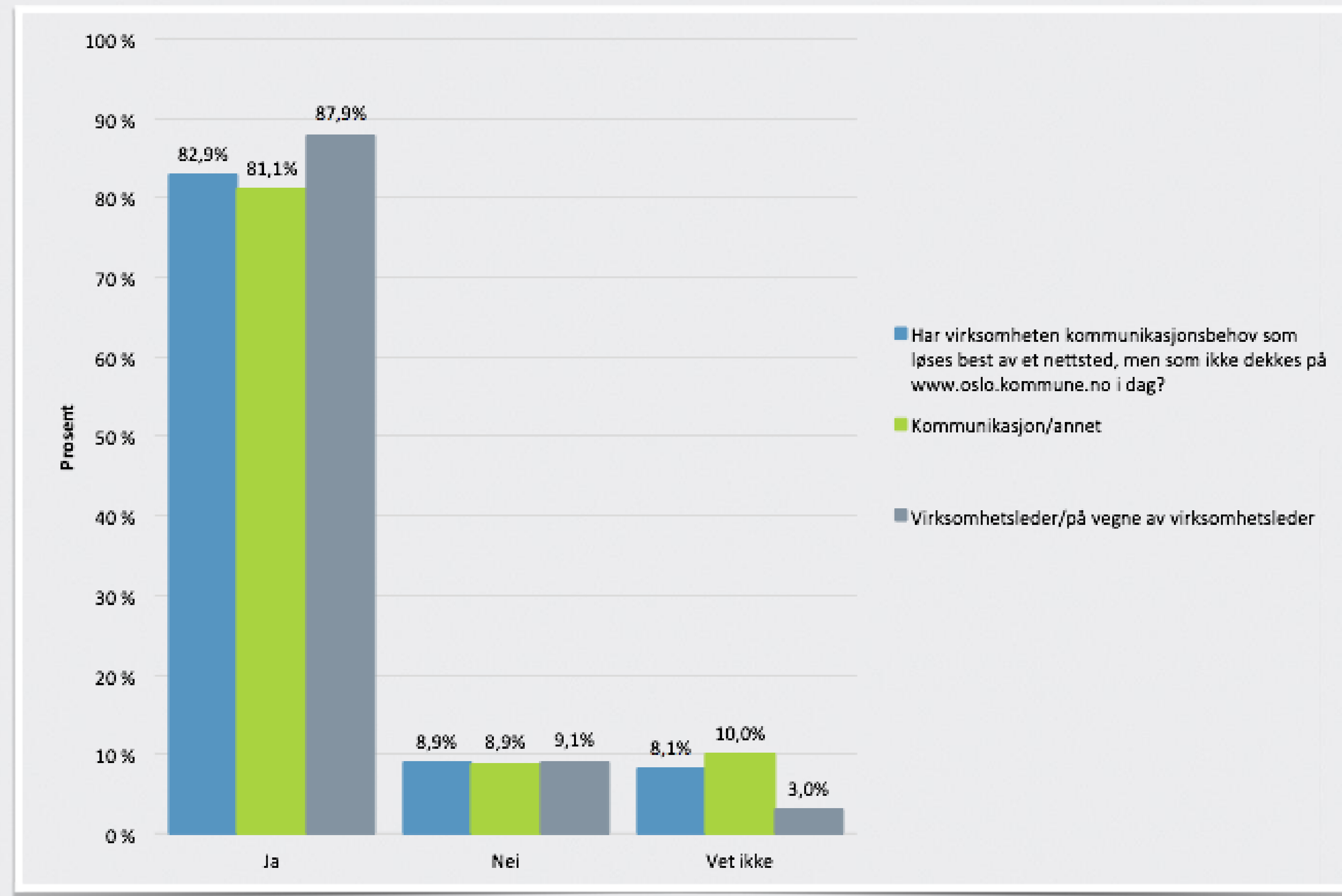


Kommunikasjonsbehov som  
ikke dekkes på

[www.oslo.kommune.no](http://www.oslo.kommune.no)



Har virksomheten kommunikasjonsbehov som løses best av et nettsted, men som ikke dekkes på [www.oslo.kommune.no](http://www.oslo.kommune.no) i dag?



Har virksomheten kommunikasjonsbehov som løses best av et nettsted, men som ikke dekkes på [www.oslo.kommune.no](http://www.oslo.kommune.no) i dag?

# Nyheter og synliggjøring

- Publisering av nyhetsartikler, video, pressebilder
- Fortelle hva vi oppnår
- Behov for å få ut nyheter rundt etatens tjenester
- Tilbud og aktiviteter
- Nyheter og annet vi ønsker å informere innbyggere om
- Synliggjøring av kulturarrangementer og lokalsamfunnsarbeid
- Formidling av informasjon om tiltak
- En samlet synliggjøring av det som skjer i kommunal regi for å utvikle byen
- Skape debatt, engasjement og medvirkning

- Fortelle om arrangementer, undersøkelser og stort og smått som skjer. Vi bruker i dag Facebook/lokalavis til dette.



- Kommunikasjon ut til innbyggerne om dagsaktuelle ting, både tjenester, tilbud og arrangementer. Nyhetsstoff.

Har virksomheten kommunikasjonsbehov som løses best av et nettsted, men som ikke dekkes på [www.oslo.kommune.no](http://www.oslo.kommune.no) i dag?

# Fagstoff og eksterne

- Om fagavdelingenes arbeid, utvikling, begivenheter
- Fagstoff til blant annet private som leverer tjenester til kommunen
- Formidling av forsknings og fagutviklingsprosjekter
- Metoder og resultater som vi har lang erfaring med og som andre kommuner gjerne vil høre om
- Nyheter om faget

- Vi produserer mye fagstoff enten i form av dokumenter/rapporter og holder konferanser og fagdager.



- Eksterne driftere av tjenester trenger rutiner, retningslinjer, prosedyrer, osv.

Har virksomheten kommunikasjonsbehov som løses best av et nettsted, men som ikke dekkes på [www.oslo.kommune.no](http://www.oslo.kommune.no) i dag?

# Funksjonalitet og virkemidler

- Video, webcamera
- Abonnement og e-postvarsling til abonnenter på nettstedet
- Engelske nettsider
- Presseside som kan kobles til My Newsdesk
- Visuell kommunikasjon, bilder og video
- Bedre oversikter over ansatte og grupper av ansatte, finn veien til riktig person

- Nettsiden er flott for statisk informasjon, men lite egnet for push-informasjon fra virksomhetens side, som er av stor betydning for å skape fokus og atferdsendring blant innbyggerne.



Har virksomheten kommunikasjonsbehov som løses best av et nettsted, men som ikke dekkes på [www.oslo.kommune.no](http://www.oslo.kommune.no) i dag?

# Prosjekter

- Prosjektinformasjon til entreprenører og leverandører
- Status på prosjekter, oversikt over kunngjøringer, offentlige høringer
- Bedre fremstilling av store prosjekter
- Kommunikasjon om investeringsprosjekter
- Behov for å fortelle om nye prosjekter

- Det er mye informasjon om aktivitetene våre, prosjekter, satsinger, som ikke passer inn i formatet til dagens nettsider.

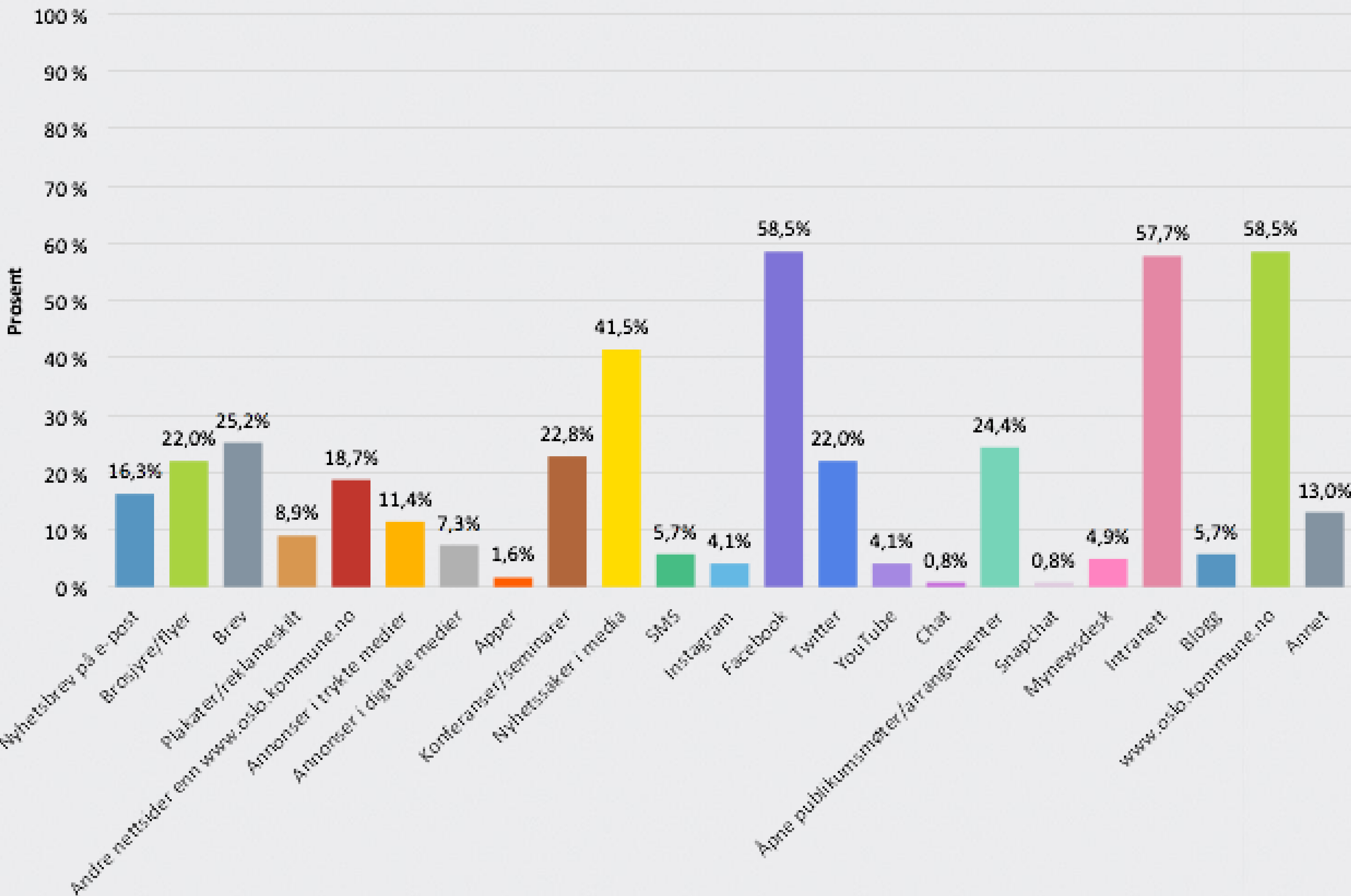
# Behov knyttet til nettsider

1. Nyheter, informasjon og synliggjøre aktiviteter
2. Fagstoff og rapporter
3. Investerings- og byggeprosjekter
4. Funksjonalitet og virkemidler



# Kommunikasjonskanaler

# Hvilke kommunikasjonskanaler er viktigst for din virksomhet i dag?



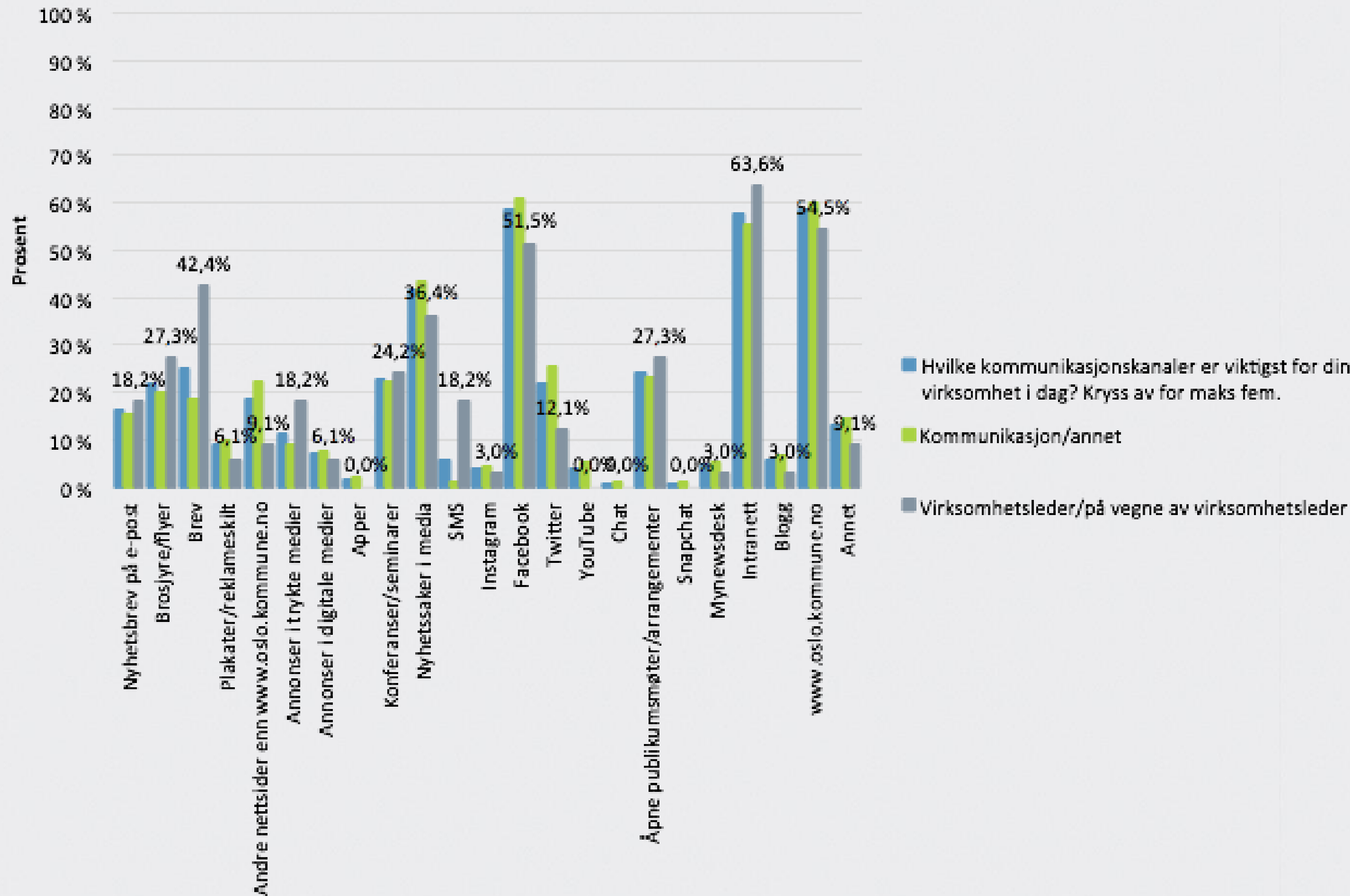


# 5 viktigste kanaler

1. [www.oslo.kommune.no](http://www.oslo.kommune.no) (58.5 %)
2. Facebook (58.5 %)
3. Intranett (57.7 %)
4. Nyhetssaker i media (41.5 %)
5. Brev (25.2 %)
6. Åpne publikumsmøter/arrangementer (24.4 %)
7. Konferanser/seminarer (22.8 %)
8. Brosjyrer/flyer (22.0 %)
9. Twitter (22.0 %)
10. Andre nettsider enn [www.oslo.kommune.no](http://www.oslo.kommune.no) (18.7 %)



# Hvilke kommunikasjonskanaler er viktigst for din virksomhet i dag?



# 5 viktigste kanaler

1. Intranett (63.6 %)
2. [www.oslo.kommune.no](http://www.oslo.kommune.no) (54.5 %)
3. Facebook (51.5 %)
4. Brev (42.4 %)
5. Nyhetssaker i media (36.4 %)



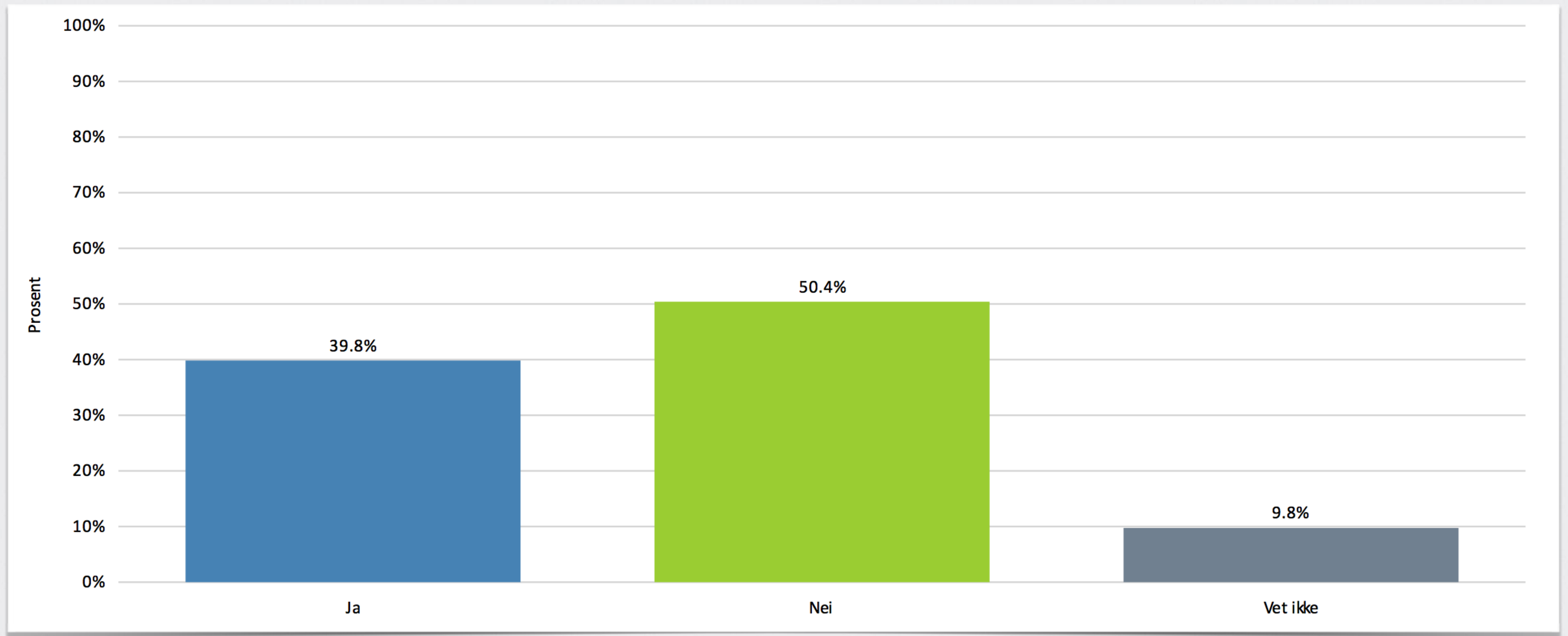
Virksomhets-  
lederne mener



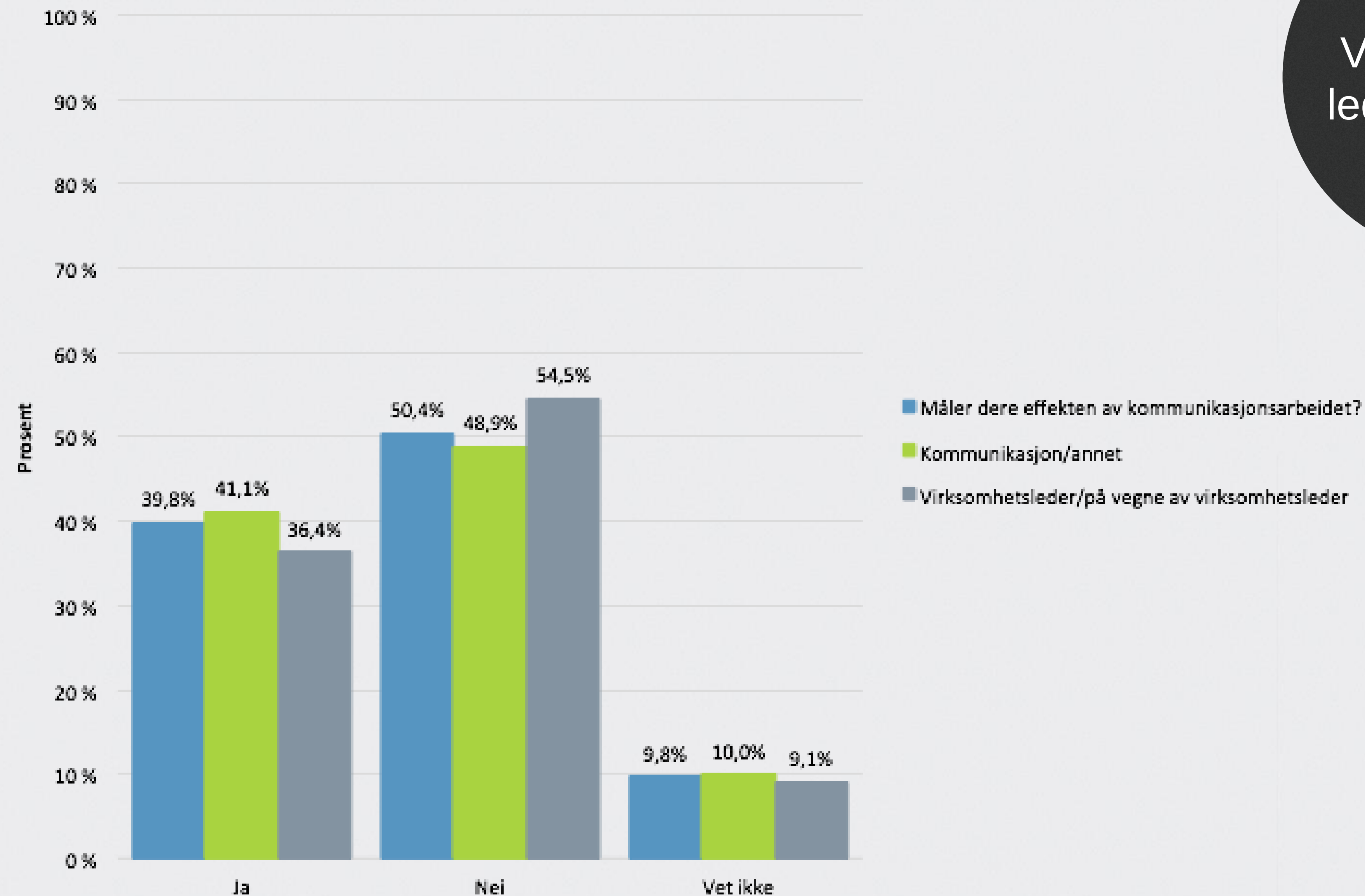
# Effektmåling av kommunikasjonsarbeidet



## Måler dere effekten av kommunikasjonsarbeidet?



## Måler dere effekten av kommunikasjonsarbeidet?



Virksomhets-  
lederne mener

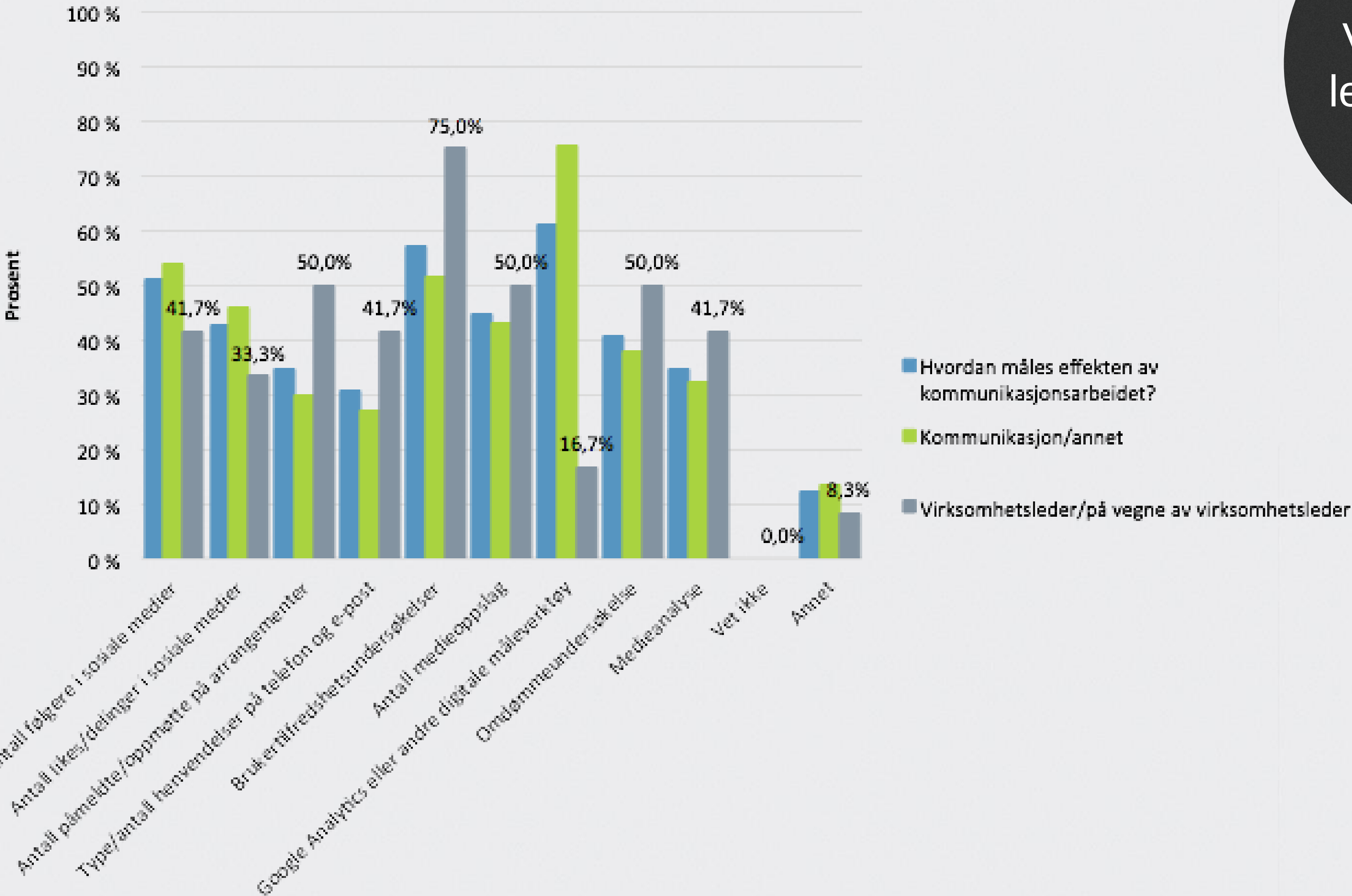
# Slik måles effekten

1. Google Analytics/andre digitale måleverktøy (61.2 %)
2. Brukertilfredshetsundersøkelser (57.1 %)
3. Antall følgere i sosiale medier (51.0 %)
4. Antall medieoppslag (44.9 %)
5. Antall likes/delinger i sosiale medier (42.9 %)
6. Omdømmeundersøkelse (40.8 %)
7. Antall påmeldte/oppmøtte på arrangementer (34.7 %)
8. Medieanalyse (34.7 %)
9. Type/antall henvendelser på telefon og e-post (30.6 %)



# Hvordan måles effekten av kommunikasjonsarbeidet?

Virksomhets-  
lederne mener



Undersøkelse om kommunikasjonsbehov og kanalbruk

# Hvordan måles effekten av kommunikasjonsarbeidet?

|                                                   | Virksomhetsledere | Kommunikasjon/annet |
|---------------------------------------------------|-------------------|---------------------|
| Brukertilfredshetsundersøkelse                    | 75.0 %            | 51.4 %              |
| Google Analytics eller andre digitale måleverktøy | 16.7 %            | 75.7 %              |
| Omdømmeundersøkelse                               | 50.0 %            | 37.8 %              |



# Innspill, meninger og kommentarer



- Vi bør gjøre mer for å måle effekten av de ulike kommunikasjonskanalene.

- Vi trenger et intranettløft!



- Ønsker helhetlige løsninger, retningslinjer, designkrav for kommunikasjon og bruk av ulike kanaler.



- Det er også viktig at det ikke blir lagt føringer for kanalvalg som er for stramme sett opp mot behovene vi i virksomhetene ser.

- Det er stort forbedringspotensiale knyttet til den interne kommunikasjonen for hele kommunen. Både tekniske løsninger og innhold.



- Vi bør få tilbake muligheten for å bruke bydelens nettsted til informasjon.



- Det er veldig tungvindt at vi ikke selv har publiseringsrettigheter under egne tema på [www.oslo.kommune.no](http://www.oslo.kommune.no).

# Veien videre

Legge en plan for aktiviteter

Workshop #1 (prosjektgruppen)

- Tydeliggjøre overordnede mål for digitale kanaler
  - Kommunikasjonsstrategien og omdømme
  - Føringer fra digitalisering av tjenester
  - Innsikt i faktiske behov hos målgruppene

Workshop #2 (prosjektgruppen og referansegruppen)

- Retning for kommunikasjon- og tjenestearbeid de neste årene
- Kanalstrategi - beste praksis og eksempler
- Resultater fra undersøkelsen