

Vedlegg til Omstillingsplan for Sør-Varanger kommune

KOMMUNIKASJONSSTRATEGI

En god og målrettet informasjon og kommunikasjon er viktig for å sikre forankring av omstillingsorganisasjonens prioriteringer og arbeid. For at omstillingsarbeidet i Sør-Varanger skal lykkes er man avhengig av at alle interessenter agerer til det beste for omstillingsarbeidet. Kommunikasjonsarbeidet er kritisk for å oppnå dette og skal brukes som et strategisk virkemiddel for å oppnå målene man har satt seg.

Omstillingsorganisasjonen skal generelt være åpen og offensiv i sitt kommunikasjonsarbeid.

Visjon, hovedmål, innsatsområder og de viktigste tiltakene må være godt kjent og akseptert hos målgruppene. Det må være offentlig kjent på hvilke måter ressursene i omstillingsarbeidet brukes.

Resultatene som blir oppnådd i arbeidet må kommuniseres fortløpende. Alle ønsker å bidra i en vellykket satsing, slik at å oppnå og kommunisere ut suksesser fortrest mulig fremstår som helt sentralt for å oppnå nødvendig legitimitet i lokalmiljøet.

Sør-Varanger kommune har også lagt vekt på kommunikasjonsarbeid og inkludering i analysefasen våren 2016.

Strategiske hovedgrep

1. Alle som har interesse av eller som kan bidra i omstillingsprosessen skal til enhver tid være godt informert om omstillingsarbeidet.
2. Omstillingsorganisasjonen og kommunen som eier skal legge stor vekt på å involvere befolkningen og næringslivet i kommunen i omstillingsarbeidet.
3. Informasjonen fra omstillingsorganisasjonen skal brukes for å bygge Sør-Varangers omdømme og skape interesse for aktivitet og etablering i Sør-Varanger.
4. Suksesshistorier skal kommuniseres aktivt – de som lykkes skal heies fram

Målgrupper

Følgende målgrupper er definert:

1. Befolkningen i Sør-Varanger
2. Det etablerte næringslivet i kommunen.
3. Potensielle gründere i og utenfor Sør-Varanger
4. Kommunens politiske og administrative ledelse.
5. Finnmark fylkeskommune, Innovasjon Norge og Kommunal- og Moderniseringsdepartementet.
6. Eksterne næringsaktører og kompetansemiljø.

Informasjons- og kommunikasjonskanaler

Den viktigste informasjonskanalen skal være den direkte kontakten omstillingsorganisasjonen har med relevante aktører.

Omstillingsorganisasjonen vil etablere egen informativ hjemmeside, og ha en aktiv bruk av sosiale media. I tillegg skal tradisjonelle media brukes aktivt.

Målgrupper – potensielle/aktuelle tiltak

For å nå målgruppe nr. 1 (befolkningen og næringslivet i kommunen):

1. Ha nyhetsaker i lokalmedia minst en gang pr. måned i oppstartsåret.
2. Identifisere og informere de viktigste opinionsdannerne i lokalmiljøet
3. I løpet av 2016 ha kommunisert i media minimum ett konkret bedriftsutviklingsprosjekt initiert med støtte fra omstillingsarbeidet
4. Aktiv deltakelse på arenaer der det lokale næringslivet møtes
5. Halvårlige dialogmøter med næringslivet i Sør-Varanger
6. Minimum halvparten av alle styremøter skal avholdes hos en lokal bedrift, med tilhørende bedriftsbesøk.

For å nå målgruppe nr. 2 (Potensielle gründere)

1. Aktivt promotere Sør-Varanger som en gründerkommune
2. Trekke fram gründere som starter opp i Sør-Varanger i omstillingsperioden
3. Aktivt promotere tilbud for potensielle gründere i Sør-Varanger
4. Markedsføre Sør-Varanger som en attraktiv kommune for utenbygds-gründere å flytte bedriften sin til

For å nå målgruppe nr. 3 (kommunens politiske og administrative ledelse):

1. Statusrapport til kommunestyret 2 ganger pr. år, hvorav den ene gangen er generalforsamling.
2. Kvartalsvis informasjon i rådmannens ledergruppe.

For å nå målgruppe nr. 4 (FFK, IN og KMD):

1. Informasjon til fylkesutvalget i FFK en gang pr. år.
2. Møte med INs kontaktperson 2 ganger pr. år.
3. IN og FFK gis observatørstatus i styret for omstillingsselskapet.
4. Årlige statusrapporter og revidert handlingsplan og budsjett sendes til FFK, IN og KMD.

For å nå målgruppe nr. 5 (Eksterne næringsaktører og kompetansemiljø).

1. Proaktiv, direkte informasjon til eksterne næringsaktører som kan tenkes å bidra til næringsutvikling/nyetableringer i Sør-Varanger.
2. Markedsføre Sør-Varanger på relevante nettverksarenaer utenfor kommunen
3. Ha jevnlig kontakt med aktuelle kompetansemiljø

Informasjonsansvar

Daglig leder i omstillingsorganisasjonen er ansvarlig for det daglige kommunikasjons- og informasjonsarbeidet, herunder også ansvarlig for å uttale seg om løpende aktiviteter som ikke er av overordnet karakter.

Styreleder i omstillingsorganisasjonen er den naturlige talsperson i overordnede, viktige saker som angår omstillingsarbeidet.

Øvrige styremedlemmer og ansatte i omstillingsorganisasjonen kan uttale seg etter å ha konferert med styreleder eller daglig leder.

Gjensidig kontakt og koordinering mellom omstillingsorganisasjonen og kommunen er særlig viktig. Ved vesentlige hendelser skal følgende varsles:

- Styreleder
- Daglig leder
- Ordfører
- Rådmann

Omstillingsorganisasjonen skal ikke uttale seg i saker av politisk karakter.