



KOMMUNIKASJONSPLAN

Utarbeidet av SVU

2019

MEDIEPLAN FOR SØR-VARANGER UTVIKLING

- Et attraktivt samfunn med vekstkraft

HOVEDMÅL:

SVU skal, i henhold til strategiplan, legge stor vekt på å involvere befolkningen, næringslivet og andre interesserte i omstillingsarbeidet.

Denne planen er en veiledning for å oppnå målene i strategiplanen.

DELMÅL:

- Vår kommunikasjon skal informere om vårt virke – vi skal være så transparente som overhodet mulig.
- Vår kommunikasjon skal engasjere mennesker til å bidra i utvikling av kommunen.
- Vår kommunikasjon skal skape en positiv holdning til kommunen som helhet.
- Vår kommunikasjon skal skape en kultur for fremsnakking og feiring av både små og store bragder.
- Vår kommunikasjon skal ha lokal forankring, men samtidig kunne appellere både nasjonalt og internasjonalt.
- Vår kommunikasjon skal være i henhold til merkevaren vi bygger opp.
- Vår kommunikasjon skal bidra til å skape en kultur for samhandling og teamwork.
- Vår kommunikasjon skal være kontinuerlig, og til en viss grad forutsigbar.

MOTTAKERE/PUBLIKUM:

Våre mottakere/publikum er:

- Alle som har en interesse for utvikling av kommunen.
- Innbyggere i kommunen.
- Nasjonale og internasjonale interessenter.
- Individuer/grupper som har behov for støtte, veiledning og inspirasjon til å starte næringsaktivitet.
- Barn og unge.

KONTAKTPUNKTER:

SVU har følgende kontaktpunkter:

www.kirkenes.no/www.sorvarangerutvikling.no

www.facebook.com/kirkenes.no

Instagramkonto

Kontor i Næringsparken

Div. arrangementer

Media

E-post

Personlig kontakt

Youtube

Nyhetsbrev

GENERELT OM INNHOLD

Tekst:

- Vi skal være klare i vår kommunikasjon, derfor er det viktig at vi bruker normert språk som kan appellere til og forstås av flest mulig (også barn og unge). Hovedregel er: om det kan sies enkelt, si det enkelt.
- Vi skal alltid legge til bakgrunnsinformasjon i våre tekster, slik at nye lesere har anledning til å forstå innholdet. Bakgrunnsinformasjon kan være en del av teksten, linker i tekst og/eller som et eget avsnitt.

Bilder:

- Bilder på vår plattform skal, så langt det lar seg gjøre, være i henhold til den visuelle profilen.
- Bruk av bilder må være godkjent av eier - enten ved å oppfylle lisenskrav, eller ved direkte kontakt med eier.
- Bruk av SVU sine egne bilder kan som hovedregel brukes fritt innenfor SVU sitt virke.

Infografikk:

- Infografikk skal presenteres på en så sannferdig måte som overhodet mulig.

Film:

- Filmer skal, så langt det lar seg gjøre, være i henhold til den visuelle profilen.
- Bruk av film må være godkjent av eier - enten ved å oppfylle lisenskrav, eller ved direkte kontakt med eier.
- Bruk av SVU sine egne filmer kan som hovedregel brukes fritt innenfor SVU sitt virke.

MERKEVAREBYGGENDE ORD OG UTTRYKK

SVU har utvalgte ord og uttrykk som skal bidra til å bygge organisasjonens merkevare. Internt kalles disse for "SVUs kamprop" og består av følgende:

- *Økt robusthet*
- *Arbeidsplasser*
- *Vekst / vekstkraft*
- *Attraktivt samfunn*
- *Utvikling*
- *Innovasjon / infrastruktur for innovasjon*
- *Samhandling / samarbeid*
- *Kompetanse*
- *Teknologi*
- *Entreprenørskap*
- *Barentshavet som utviklingsressurs*
- *Opplevelsesnæring i verdensklasse*
- *Industri*
- *Verdiskapning i grenseområdet*
- *Nye næringer*

Bruk av "SVUs kamprop":

- "SVUs kamprop" skal, så langt det lar seg gjøre, brukes i alle anvendte medier.
- "SVUs kamprop" skal fortrinnsvis flettes inn i tekster på en naturlig måte, men kan brukes som hashtags eller selvstendige poster ved behov.

NETTSIDE

www.kirkenes.no/www.sorvarangerutvikling.no

Teknisk:

Nettsiden for SVU er utviklet med publiseringsverktøyet Wordpress, og kan derfor hurtig oppdateres uten å måtte bygge opp nytt design.

Oppbygning:

Nettsiden sin oppbygning tar utgangspunkt i at SVU har sitt virke innenfor mange forskjellige områder. Siden er delt opp i 6 hovedkategorier:

1. Nyheter

Nyheter er en samlekategori med hovedoppgave om å fremme de saker som SVU anser som viktige å sette i fokus. Nyhetssaker kan også være en egen kategori når det ikke passer inn i andre kategorier.

Innhold for kategorien:

- Nyheter innad i SVU.
- Nyheter om spesielle prosjekt/programmer.
- Nyheter om arrangement.
- Nyheter om/rundt kommunen.
- Nasjonale og internasjonale nyheter som er relevante for SVU og/eller Sør-Varanger.

2. Arrangement

Her både utlyses og dokumenteres div. arrangement som SVU har interesse i.

Innhold for kategorien:

- Opplyse om kommende arrangement.
- Dokumentasjon av arrangement (bilder, intervju, pressemeldinger, video, etc.).
- Arrangement må ha relevans til SVU sitt virke, men må ikke være initiert av SVU.

3. Næringsnytt og gladsaker

I likhet med nyheter, er dette en samlekategori. Denne kategorien inneholder artikler av positiv karakter.

Innhold for kategorien:

- Artikler med et positivt budskap.
- Artikler som feirer små og store bragder.
- Ferdige støttede prosjekter.

4. Søknad

Sider for søknad er hovedsakelig statiske, og skal helst redigeres/oppdateres av utvikler/designer.

Innhold for kategorien:

- Artikler og tekst som er relevante for å søke midler fra SVU.
- Skjemaer og eksempler på skjemaer.

5. Støttede prosjekter

Her offentliggjøres de prosjekter som har mottatt støtte fra SVU. Denne kategorien fanger bare oppstart. Ferdige prosjekt legges til kategorien «Næringsnytt og gladsaker».

Innhold for kategorien:

- Prosjekter som mottar støtte fra SVU.

Generelt om linking:

SVU sin nettportal skal bruke linker til både interne og eksterne nettsider.

- Linker til eksterne nettsider skal åpnes i ny fane.
- Linker til interne nettsider kan åpnes i samme fane.

Linking mellom prosjekter og relaterte saker:

De fleste prosjekter vil etter hvert bli nevnt flere plasser på nettsiden (f.eks. i mediasaker og "Næringsnytt og gladsaker"). Disse sakene skal alltid linke tilbake til prosjektstart-siden, slik at brukere kan få full oversikt over prosjektets løp og utvikling.

6. Torget:

SVU opprettet tjenesten "Torget" sommeren 2018. Denne tjenesten skal promotere ide-forslag og skape nye partnerskap. Torget er en del av SVU sine nettsider og markedsføres som et tiltak fra SVU, men har sin egen profil.

Mål for «Torget»:

- Være en åpen kanal hvor alle kan dele en ide/forslag/utfordring.

Eksempel: En person/bedrift ønsker å utvikle et nytt produkt, men de mangler kompetanse/ressurser til å utvikle alene.

- Være en åpen kanal hvor alle kan dele forslag til forskningsstudie.

Eksempel: En person/bedrift ønsker at studenter skal forske på et bestemt område for å kunne forbedre seg.

- Torget skal bidra til å endre hvordan vi oppfatter innovasjon og samarbeid.
- Torget er en gratis tjeneste.
- Torget skal markedsføres ved behov.

7. Spreng Grenser

Bloggen "Spreng Grenser" er underlagt SVU sine domener, men har sin egen profil. Bloggen skal bidra i arbeidet med rekruttering av mennesker under 45 år til Sør-Varanger.

Mål for "Spreng Grenser":

Bloggens innhold skal skape et bilde av hvordan det er å bo og leve i Sør-Varanger. Bloggen skal inspirere yngre mennesker til å flytte til Sør-Varanger.

Innhold i bloggen:

- Tekst
- Bilder
- Video
- Grafikk/illustrasjoner

FACEBOOK

www.facebook.kirkenes.no

Mål ved å bruke Facebook:

- Vår Facebook-side skal skape engasjement og oppmerksomhet rundt relevante saker for SVU.
- Vi skal promotere små og store bragder på vår Facebook-side.
- Vi skal promotere arrangement som er opprettet av, eller er relevant for SVU.
- Vi skal ha en åpen kanal for debatt og samtale.
- Facebook-side skal være inngangsportale til vår nettside.
- Positivt engasjement rundt utvikling av Sør-Varanger som kommune.
- Bidra til å engasjere og informere befolkning og følgere om relevante saker og prosjekter.
- Bidra til å dele positive næringsnyheter som er relevant for kommunen.
- Skape et inntrykk av høy aktivitet og at det er mulig å lykkes i Sør-Varanger.

Mål for Facebook tilpasset 2019:

- Vi skal vise unge mennesker som lykkes i Sør-Varanger.

Innhold:

- Direkte linker til saker på vår nettside. Dette inkluderer:
 - Nyhetssaker (her inngår også «Næringsnytt og gladsaker»).
 - Intervju.
 - Nye prosjekter.
 - Arrangement.

Oppbygging av innlegg:

- Alle innlegg på Facebook bør inneholde:
 - Kort, beskrivende tekst (ca. 3 linjer).
 - Linker til andre nett- og Facebooksider, personer etc.
 - Ord og uttrykk fra "SVUs kamprop".
 - Bilde og/eller video.

INSTAGRAM

SVU har 2 ulike Instagram-kontoer; en for SVU og en for bloggen "Spreng Grenser".

1. Instagram for SVU

Mål:

- Vår Instagram-konto skal skape engasjement og oppmerksomhet rundt relevante saker for SVU.
- Instagram-konto skal være inngangsportal til vår nettside.
- Vår Instagram-konto skal, så langt det lar seg gjøre, henvende seg til et yngre publikum.

2. Instagram for Spreng Grenser

Mål:

- Vår Instagram-konto skal skape engasjement og oppmerksomhet rundt relevante saker for rekrutteringsarbeidet.
- Instagram-konto skal være inngangsportal til bloggen på vår nettside.
- Vår Instagram-konto skal henvende seg til et yngre publikum (under 45 år).

Generelt om innhold:

- Bilder fra aktiviteter.
- Andre relevante bilder, infografikk og videoer.
- Deling av innhold fra nettside

Canva:

SVU benytter seg av redigerings-applikasjonen "Canva" for å kunne legge til grafiske elementer og/eller redigere bilder for Instagram. Alle brukere av Instagram-konto anbefales å benytte ferdige templater i Canva for å opprettholde grafiske profiler, samt skape større engasjement og forståelse for de ulike budskap.

YOUTUBE

Mål ved bruk av Youtube:

- Vår Youtube-kanal skal gi lett tilgang og oversikt over våre filmer.
- Youtube-kanal skal skape engasjement rundt kommunen og SVU sitt virke.

Innhold:

- Videoer skapt av/for SVU.

NYHETSBREV

Mål ved å bruke nyhetsbrev:

- Vårt nyhetsbrev skal gi publikum en mulighet til holde seg oppdatert på SVU sitt virke.
- Nyhetsbrevet skal gi en mer helhetlig oversikt over SVU sitt virke.
- Nyhetsbrevet skal sette fokus på saker som er viktige for SVU.
- Nyhetsbrevet skal holde publikum i direkte kontakt med SVU.
- Nyhetsbrevet skal minne publikum på at SVU har konternuerlig aktivitet.
- Nyhetsbrevet skal presentere nye tildelinger.

Innhold (i riktig rekkefølge):

- Kommentar fra utvalgt person/personer som er relevant til siste tids aktiviteter.
- Max 6 utvalgte nyhetssaker (bør være relevant til kommentar).
- Nye tildelinger.

Begrensninger:

SVU inngår en kontrakt med påmeldte at deres e-post-adresse ikke skal benyttes til annet formål enn utsendelse av nyhetsbrevet. Denne kontaktinformasjonen skal ikke selges til tredjepart, og heller ikke brukes til utsendelse av annen e-post fra SVU.

MEDIA

Mål ved bruk av media:

- Kontakt med media skal skape engasjement og oppmerksomhet rundt relevante saker for SVU.
- SVU skal vise at vi er transparent og driver drift som tåler granskning.
- Kontakt med media skal bidra til å sette søkelys på aktiviteter i Sør-Varanger, og kommunen som helhet.

Innhold:

- Kontakt med media skal helst være i skriftlig form; dvs. helst fra pressemelding og/eller e-post.
- Pressemeldinger skal inneholde:
 - SVU sin logo.
 - Det skal gjøres tydelig at dette er en pressemelding.
 - Fengende overskrift.
 - Kort ingress som oppsummerer saken.
 - Saken i sin helhet. Ha gjerne kort bakgrunnshistorie ved behov.
 - Kontaktinformasjon
 - Vedlegg bilder og/eller film, evt. andre relevante filer.

Aktuelle kanaler:

- iFinnmark
- Sør-Varanger Avis
- NRK
- Sagat
- High North News
- Barents Observer

- Finansavisa
- Nordlys
- VG
- Dagbladet
- Evt. andre

E-POST

Rammer:

Når ansatte i SVU bruker e-post tilknyttet organisasjonen skal den ha signatur som tydelig viser hvem de er, hvem SVU er og kontaktinformasjon. Dette oppfylles ved å lage en signatur med følgende innhold:

1. Navn Etternavn
2. Stilling
3. «Sør-Varanger Utvikling»
4. Kontoradresse
5. Telefonnummer
6. Nettside-link (www.kirkenes.no)
7. Logo

OBS!

Husk å bruke rette skrifttyper og farger for signatur. Se SVU sin manual for visuel identitet.

GENERELLE REGLER FOR INNHOLD PÅ NETT SIDE OG SOSIALE MEDIER

- Alle publiseringer skal ha tilknyttet bilde/film for å skape blikkfang og interesse.
- SVU kan ikke benytte seg av bilder, film eller andre medier som ikke tilhører organisasjonen, eller som det ikke er gitt tillatelse til å bruke i våre kanaler. Unntak er direkte deling i sosiale medier.
- Den visuelle profilen skal (så langt det lar seg gjøre) benyttes for å bygge opp merkevaren SVU.
- SVU har et ansvar for å drive rett- og sannferdig kommunikasjon. Vår kommunikasjon skal ikke stride mot det norske regelverk. SVU skal opptre respektfullt, og vise nettvett.
- SVU sin kontaktplattform skal ikke benyttes til personlige formål for ansatte, styret, eller andre personer med tilgang.

GENERELLE REGLER FOR RESPONS PÅ NETT SIDE OG SOSIALE MEDIER

- SVU har, så langt det lar seg gjøre, et ansvar for å gi svare på kommentarer fra publikum. For å sikre en god kommunikasjon er det viktig at publikum føler seg sett og hørt. Unntak er irrelevante tilbakemeldinger, eller kommentarer med innhold som strider mot norsk lov (diskriminering, trusler, etc.). Sistnevnte tilbakemeldinger skal arkiveres hos SVU, deretter fjernes fra offentligheten.
- SVU skal operere uavhengig fra partipolitikk, religion, og/eller andre grupperinger.
- SVU sine tilbakemeldinger skal være profesjonelle, relevante, saklige, og basert på forskning og/eller annen dokumentasjon.
- SVU skal ikke delta i eller oppfordre til provoserende, uetisk eller ulovlig oppførsel på nett, i media eller andre offentlige sammenhenger.

MAKS RESPONSTID

For søknadsrelaterte spørsmål:

Maks 2 virkedager

I sosiale medier:

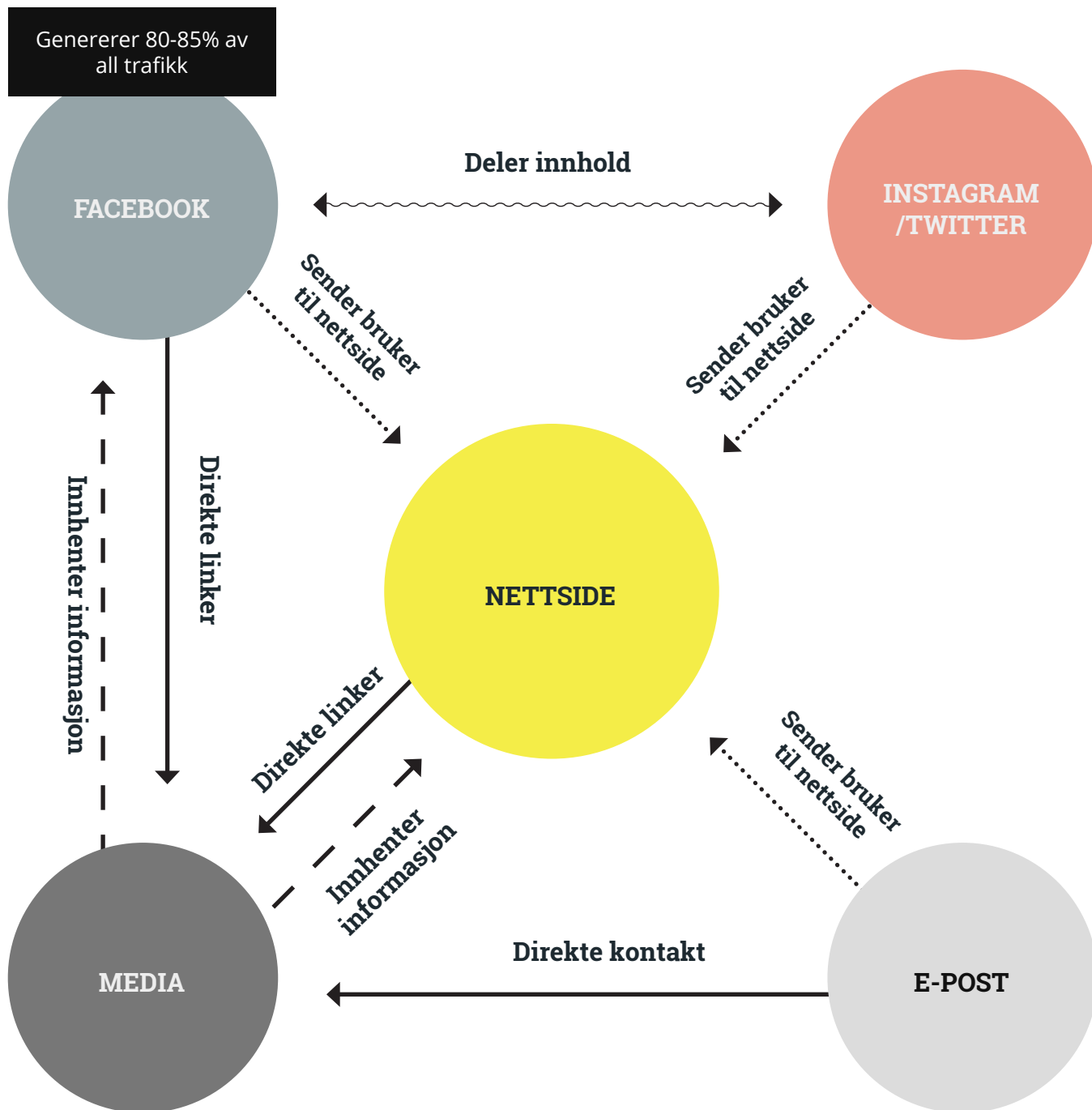
Maks 1 virkedag

På e-post:

Maks 1 virkedag

Responstiden gjelder for innenfor normal arbeidstid, ved ferieavvikling og fravær benyttes autosvar slik at aktører har en formening om når de får svar.

OVERSIKT OVER KONTAKTPUNKT OG FUNKSJONER



FORSLAG TIL ÅRLIG PUBLISERING

*Datoer for denne eventen kan endres fra år til år.
Utgivelse av nyhetsbrevet er markert med gult

MÅNED	KONTAKTPUNKT	INNHold
JANUAR	SOSIALE MEDIER	<ul style="list-style-type: none"> • Ønske om godt nytt år • Link til saker på nettside • Link til saker i media
	NETTSIDE	<ul style="list-style-type: none"> • Min 3-4 intervjuer (1 pr. uke) • Presentasjon av nye prosjekter • Relaterte/aktuelle mediesaker
	MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> • Pressemelding fra styremøte
FEBRUAR	SOSIALE MEDIER	<ul style="list-style-type: none"> • Link til saker på nettside • Link til saker i media
	NETTSIDE	<ul style="list-style-type: none"> • Min 3-4 intervjuer (1 pr. uke) • Presentasjon av nye prosjekter • Relaterte/aktuelle mediesaker
	MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> • Pressemelding fra styremøte
MARS	SOSIALE MEDIER	<ul style="list-style-type: none"> • Link til saker på nettside • Link til saker i media • Ønske om god påske*
	NETTSIDE	<ul style="list-style-type: none"> • Min 3-4 intervjuer (1 pr. uke) • Presentasjon av nye prosjekter • Relaterte/aktuelle mediesaker
	MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> • Pressemelding fra styremøte
APRIL	SOSIALE MEDIER	<ul style="list-style-type: none"> • Link til saker på nettside • Link til saker i media • Ønske om god påske*
	NETTSIDE	<ul style="list-style-type: none"> • Min 3-4 intervjuer (1 pr. uke) • Presentasjon av nye prosjekter • Relaterte/aktuelle mediesaker
	MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> • Pressemelding fra styremøte

MÅNED	KONTAKTPUNKT	INNHOOLD
MAI	SOSIALE MEDIER	<ul style="list-style-type: none"> • Gratulasjon om nasjonaldag • Link til saker på nettside • Link til saker i media
	NETTSIDE	<ul style="list-style-type: none"> • Min 3-4 intervjuer (1 pr. uke) • Presentasjon av nye prosjekter • Relaterte/aktuelle mediesaker
	MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> • Pressemelding fra styremøte
JUNI	SOSIALE MEDIER	<ul style="list-style-type: none"> • Link til saker på nettside • Link til saker i media
	NETTSIDE	<ul style="list-style-type: none"> • Min 2-3 intervjuer (ca. 1 pr. uke) • Presentasjon av nye prosjekter • Relaterte/aktuelle mediesaker
	MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> • Pressemelding fra styremøte
JULI	SOSIALE MEDIER	<ul style="list-style-type: none"> • Link til saker på nettside • Link til saker i media
	NETTSIDE	<ul style="list-style-type: none"> • Min 1-2 intervjuer (ca. hver 2. uke) • Presentasjon av nye prosjekter • Relaterte/aktuelle mediesaker
	MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> • Pressemelding fra styremøte
AUGUST	SOSIALE MEDIER	<ul style="list-style-type: none"> • Link til saker på nettside • Link til saker i media
	NETTSIDE	<ul style="list-style-type: none"> • Min 3-4 intervjuer (1 pr. uke) • Presentasjon av nye prosjekter • Relaterte/aktuelle mediesaker
	MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> • Pressemelding fra styremøte

MÅNED	KONTAKTPUNKT	INNHold
SEPTEMBER	SOSIALE MEDIER	<ul style="list-style-type: none"> • Link til saker på nettside • Link til saker i media
	NETTSIDE	<ul style="list-style-type: none"> • Min 3-4 intervjuer (1 pr. uke) • Presentasjon av nye prosjekter • Relaterte/aktuelle mediesaker
	MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> • Pressemelding fra styremøte
OKTOBER	SOSIALE MEDIER	<ul style="list-style-type: none"> • Link til saker på nettside • Link til saker i media
	NETTSIDE	<ul style="list-style-type: none"> • Min 3-4 intervjuer (1 pr. uke) • Presentasjon av nye prosjekter • Relaterte/aktuelle mediesaker
	MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> • Pressemelding fra styremøte
NOVEMBER	SOSIALE MEDIER	<ul style="list-style-type: none"> • Link til saker på nettside • Link til saker i media
	NETTSIDE	<ul style="list-style-type: none"> • Min 3-4 intervjuer (1 pr. uke) • Presentasjon av nye prosjekter • Relaterte/aktuelle mediesaker
	MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> • Pressemelding fra styremøte
DESEMBER	SOSIALE MEDIER	<ul style="list-style-type: none"> • Link til saker på nettside • Link til saker i media • Ønske om god jul
	NETTSIDE	<ul style="list-style-type: none"> • Min 3-4 intervjuer (ca. 1 pr. uke) • Presentasjon av nye prosjekter • Relaterte/aktuelle mediesaker
	MEDIA	<ul style="list-style-type: none"> • Pressemelding fra styremøte

MÅLSETNINGER:

Statistiske målsetninger:

For å oppnå hovedmål og delmål skal SVU benytte seg av:

- Måling av kvantitativ data fra nettportal og sosiale medier.
- Måling av kvalitativ data i form av tilbakemeldinger og engasjement.

Målinger for aktuelle kontaktpunkt:

Nettside

SVU sin nettside skal måle følgende aktivitet:

- Antall unike besøkende.
- Antall besøk/klikk på siden.
- Referanser (hva ledet besøkende inn på siden?).
- Nettleser (hvilken nettleser besøkende bruker).
- Lokasjon (hvilket land kommer trafikken fra?)

Sosiale medier:

SVU sine sosiale medier skal måle følgende aktivitet:

- Antall følgere
- Innhold som blir delt (hvorfor blir dette delt?).
- Innhold i kommentarer.
- Rekkevidde (hvor mange SER vårt innhold?).
- Klikk på linker
- Innleggsengasjement (likerklikk, delinger o.l.)
- Sidevisninger

KVANTITATIVE MÅLSETNINGER

Mål for nettportal f.o.m januar 2019:

AKTIVITET	OPPNÅES INNEN	MÅL
Antall unike besøkende	Januar 2020	400
Antall besøk	Januar 2020	900-1000

Mål for Facebook f.o.m januar 2019:

AKTIVITET	OPPNÅES INNEN	MÅL
Antall følgere	Januar 2020	2500
Innleggsengasjement	Januar 2020	4000
Rekkevidde	Januar 2020	15 000
Sidevisninger	Januar 2020	300

Mål for Arctic Railways f.o.m januar 2019:

AKTIVITET	OPPNÅES INNEN	MÅL
Antall unike besøkende	Januar 2020	100
Antall besøk	Januar 2020	150

Mål for Instagram f.o.m januar 2019:

AKTIVITET	OPPNÅES INNEN	MÅL
Følgere	Juni 2019	400