

Kommunikations- strategi

*Människor möts, i livet som det är.
Och delar evangeliet i **närvaro, öppenhet och hopp**
tills hela Guds skapelse är befriad.*

Skellefteå pastorats vision, med Svenska kyrkans kärnvärden

INNEHÅLL

Kommunikationsstrategi	3
Vision och kärnvärden	3
Mål och strategi	3
Ansvar och roller	5
Kommunikationsplattform	6
Kommunikationsplaner	6
Kriskommunikation	7
Grafisk profil	8
Logotyp	8
Färger	9
E-post	9
Bilder	10
Särskilda riktlinjer	10
Annonssidan	10
Print on demand	10
14-dagarsregeln	11
Externa aktörer - gästspel	11
Övrigt	11

Kommunikationsstrategi

Skellefteå pastorats kommunikationsstrategi är ett ramverk för all kommunikation inom samtliga verksamheter. Detta dokument fastställer synen på kommunikationens syfte och betydelse, ansvar och roller i kommunikationsarbetet, målgrupper och kanaler. Kommunikationsstrategin kompletteras med en kommunikationsplattform.

Vad innebär kommunikation?

Kommunikation är en process som sker när ett budskap förmedlas – ett utbyte av tankar, åsikter eller information. Kommunikation innefattar både sändare, budskap, kanal, eventuella störningar, mottagare och tolkning.

Varför kommunicera?

Kommunikation och synlighet är en viktig förutsättning för en framgångsrik verksamhet. En genomtänkt kommunikation hjälper oss att skapa goda relationer, dialog och förtroende samt ett ökat engagemang.

Vision och kärnvärden

Vi anammar Svenska kyrkans kommunikationsvision: *En kyrka som människor har en positiv relation till och känner glädje över att tillhöra.* Vi bär samtidigt alltid med oss, och formar all vår kommunikation utifrån Skellefteå pastorats vision: *Människor möts i livet som det är och delar evangeliet i närvaro, öppenhet och hopp, tills hela Guds skapelse är befriad.*

Orden *närvaro, öppenhet och hopp* är även grundpelarna för Svenska kyrkans kommunikation. De ska ge riktning och inspiration såväl internt som externt. De beskriver värderingar som ska genomsyra kommunikationsvisionen:

NÄRVARO

Guds närvaro i världen föregår allt annat. Svenska kyrkan vill vara nära glädjen och nära sorgen, nära livets Gud. Svenska kyrkan finns i hela Sverige och är också en del av den världsvida kyrkan.

” *närvaro,
öppenhet,
hopp*

ÖPPENHET

Svenska kyrkan vill vara en öppen folkkyrka som välkomnar var och en som söker sig till henne. Svenska kyrkan vill vara öppen för eftertanke och samtal kring liv, tro och tvivel. Svenska kyrkan är demokratiskt uppbyggd och det finns rum för många att vara med och påverka.

HOPP

Svenska kyrkan vill inspirera till framtidstro i både ljusa och mörka stunder. Det innersta är tron på Gud, en kärleksfull fader, en levande och närvarande Kristus och en helig, livgivande Ande. Den tron är en gåva som skapas i mötet mellan människor och Gud som vill befria, förändra och skapa - på nytt.

Mål och strategi

Det övergripande målet med kommunikation är att skapa kännedom, samhörighet och engagemang utifrån Skellefteå pastorats vision, samt Svenska kyrkans kommunikationsvision. Den viktigaste kontakten mellan den enskilde och Svenska kyrkan sker i församlingen. Resurser på pastoratets kansli har till uppgift att främja den kontakten, dels genom stöd till medarbetare och dels genom riktade insatser direkt mot medlemmar, både de med stark relation till kyrkan och de med en svagare relation till kyrkan, samt den breda allmänheten.

Detta gör vi genom att följa nio grundregler för hur vi kommunicerar:

1. UTGÅ IFRÅN MOTTAGARENS BEHOV

Anpassa alltid språk, innehåll och kanal utifrån mottagares behov, förkunskaper och andra kända förutsättningar. Rätt information till rätt målgrupp genom rätt kanal.

2. ENKELT OCH BEGRIPLIGT

Språket ska vara rakt, okonstlat, korrekt och ge ett professionellt intryck. Vi strävar efter att använda kortare meningar och använder endast fackspråk och förkortningar där det är nödvändigt. Målet är att uttrycka oss på ett sätt som uppfattas klart och begripligt även av människor med svag relation till Svenska kyrkan.

3. SNABB OCH KORREKT

Information är en färskvara som snabbt ska spridas till alla berörda. Innan information går ut, görs alltid en faktakoll och det finns alltid en kontaktperson med telefonnummer och e-postadress angiven.

4. ÖPPENHET, TYDLIGHET OCH TILLGÄNGLIGHET

Det ska vara lätt att komma i kontakt med pastoratets anställda och förtroendevalda med en hög tillgänglighet på telefon och e-post. Är vi frånvarande ska vi aktivera telefonsvarare och autosvar på e-posten. Vi uppmuntrar till synpunkter av både positiv och negativ karaktär, samt inbjuder till dialog och delar med oss av information när vi kan anta att andra medarbetare har användning av den.

5. INFORMERA INÅT INNAN VI INFORMERAR UTÅT

Det är viktigt att det internt är känt vilka planer och beslut som finns för pastoratet innan de når allmänhet och massmedia. Särskilt viktigt är det när det handlar om förändringar i vår egen organisation. Intranätet är den främsta källan till intern information.

6. EN TYDLIG IDENTITET

En gemensam identitet ger en bättre bild av vilka vi är, vad vi vill och vad vi gör. Det ska vara tydligt vem som är avsändare av informationen som skickas ut. I all information finns avsändare och kontaktperson, tillsammans med dennes kontaktuppgifter. Svenska kyrkans grafiska profil ska alltid följas. Då ökar även förtroendet hos mottagaren av budskapet.

” en gemensam identitet
ger en bättre bild av
vilka vi är

7. SAMORDNA INFORMATION

Genom att samordna budskap, kommunikationskanaler och aktiviteter kan intern och extern kommunikation få större tyngd och genomslagskraft. Kommunikationsavdelningen är en resurs i det arbetet.

8. GYLLENE REGELN

Vi kommunicerar med andra såsom vi skulle vilja att de kommunicerar med oss. Vi är varsamma om vår kommunikation och tänker i förväg över hur det vi skriver och säger kan tas emot av mottagaren.

9. UTVÄRDERA

Efter en större insats ska vi utvärdera om de budskap och kanaler vi använde fungerade och var anpassade till målgruppen. Resultatet av utvärderingen ligger till grund för framtida satsningar.

Målgrupper

INTERN KOMMUNIKATION – MEDARBETARE

Medarbetare, alltså anställda, förtroendevalda och ideella, är de viktigaste bärarna av våra församlingars samlade identitet. Syftet med den interna kommunikationen är att delge uppdaterad information om vad som pågår runt om i pastoratet. En fortlöpande, öppen och tydlig kommunikation är grunden för att kunna känna sig delaktig i verksamheten. För medarbetare och förtroendevalda är intranätet den primära källan till information. Ideella, som inte har tillgång till intranätet hålls uppdaterade via e-post och telefon.

Kanaler: intranätet, e-post och telefoni.

EXTERN KOMMUNIKATION – FÖRSAMLINGSBOR OCH ALLMÄNHET

Den externa kommunikationen riktar sig till medlemmar, allmänhet och massmedier. Syftet är att bygga förtroende, öka kunskapen och medvetenheten om vår verksamhet. Kommunikation sker främst genom de externa hemsidorna, pressinformation till medier, sociala medier samt direkta kontakter med olika organisationer och myndigheter.

Kanaler: Externa hemsidor, annonsering, sociala medier, pressinformation, trycksaker och telefoni.

RELATION TILL MEDIA

Media har en viktig uppgift som opinionsbildare och granskare. Kontakten med media ska präglas av öppenhet, saklighet och tillgänglighet. Kommunikationsavdelningen strävar efter att vara den främsta källan för nyheter om Skellefteå pastorat. Det låter sig inte göras utan att ledningen och församlingarna informerar vad som sker i organisationen så att aktuella frågeställningar och händelser kan kommuniceras på bästa sätt och att planering kan ske i god tid. För detta behövs regelbunden kontakt mellan kommunikationsavdelningen och församlingar/ledningsgrupp.

Kommunikationsavdelningen vill främja församlingarnas medarbetare i deras mediearbete och finns som stöd till dem när så behövs.

Ansvar och roller

LEDNING

- Kyrkoherden ansvarar för helhetssynen och har det övergripande ansvaret för organisationens kommunikation.
- Församlingsherdarna har informationsansvar för sin församling och har till detta kommunikatörerna till stöd.

KOMMUNIKATÖRERNA

- Är en resurs för hela pastoratet.
- Ansvarar för att ge strategiskt och praktiskt stöd i interna och externa kommunikationsfrågor.
- Ansvarar för kontakt med massmedia och arbetar för att Skellefteå pastorat ska bibehålla den goda relationen dem emellan.

MEDARBETARE

Varje medarbetare har ansvar att

- söka, ta del av och förmedla den information som krävs för att kunna genomföra ett bra arbete.
- bidra till öppenhet och delaktighet genom kommunikation med kollegor och externa grupper.
- delge kommunikatörerna information som bedöms vara till gagn för en större grupp.
- tillämpa kommunikationsstrategin.

TALESPERSONER INFÖR MASSMEDIA

För att kunna ge bästa möjliga information till media är det viktigt att de får tag i rätt person. Det är alltid kyrkoherden, eller den person som kyrkoherden utser, som uttalar sig i första hand. Därefter är rätt person den som ansvarar för en verksamhet eller är specialist i frågan. Den som har en sådan position ska ha en beredskap att snabbt kunna svara på frågor från media. Chefer och arbetsledare har ett informationsansvar inom sin del av verksamheten, såväl internt som externt. Det innebär ett särskilt ansvar att kunna hantera och medverka i nyhetsmedia. Som anställd, förtroendevald eller ideell är du inte tvungen att uttala dig för nyhetsmedia. Kontaktas du av en journalist har du rätt till rimlig betänketid och samråd innan du svarar på frågor. Kontaktas du av nyhetsmedia, så meddela kommunikatorerna. De kan även bidra med förberedelsearbete inför mediekontakt.

” som anställd, förtroendevald eller ideell är du inte tvungen att uttala dig för nyhetsmedia

JURIDISKT PERSPEKTIV

Upphovsrättslagen, som behandlar upphovsrätt till bilder och texter, liksom dataskyddsförordningen, som har till uppgift skydda personuppgifter så att den personliga integriteten inte kränks, ska följas. Detta ska vara kontrollerat innan publicering och ansvaret ligger hos skribent/fotograf. Offentlighetsprincipen ger media och medborgare rätt till insyn i verksamheten. Vi har inte rätt att ställa krav på syftet hos den som efterfrågar uppgifter. De undantag som finns regleras i sekretesslagen. Svenska kyrkan följer offentlighetsprincipen.

Kommunikationsplattform

Kommunikationsstrategin omfattas även av en kommunikationsplattform som beskriver hur en organisations kommunikation ska utformas såväl internt som externt. Plattformen innehåller riktlinjer och utgör grunden så att all kommunikation drar åt samma håll. Det är ett stöd för organisationen och skapar igenkänning och tydlighet.

Skelefteå pastorats kommunikationsplattform har sin grund i Svenska kyrkans kommunikationsplattform, grafiska profil och kommunikationskoncept.

Kommunikationsplaner

Kommunikationsplaner för större projekt/uppgifter, utarbetas i samarbete mellan kommunikatorerna och ansvarig handläggare.

Kommunikation ska vara välplanerad och ske utifrån följande modell:

- Vad: Budskap.
- Varför: Vad ska uppnås?
- Vem: Målgrupp och avsändare.
- Hur: Kanal/er.
- När: Vilken är rätt tidpunkt för kommunikationen.
- Uppföljning: Hur uppfattade mottagaren budskapet?

Kriskommunikation

Vid allvarliga händelser och kriser (extraordinära händelser), hamnar alltid kommunikationsfrågor i fokus. Det är också vanligt att människor vänder sig till Svenska kyrkan vid allvarliga händelser. Krisberedskapsmyndigheten har bedömt att 70 procent av arbetet med att hantera en kris handlar om kommunikation. Kyrkoherden, eller den person som kyrkoherden utser, sköter all information och kontakt med massmedia och informerar utåt till allmänheten.

Kommunikationskanaler

INTRANÄTET

Intranätet är den främsta och viktigaste interna kommunikationskanalen och används när alla medarbetare behöver nås av informationen. Endast i undantagsfall skickas e-post till alla anställda, till exempel brådskande meddelanden.

E-POST

E-posten är framför allt en kanal för personliga kontakter. E-post kan också användas som kommunikationskanal för nätverk samt för media, helst med hänvisning till våra hemsidor för mer information. Alla ska använda en enhetligt formgiven e-postsignatur. Exempel på sådan finns under avsnittet Grafisk profil.

DE EXTERNA HEMSIDORNA

Vår främsta externa kommunikationskanal som riktar sig till allmänhet och massmedier. Publicering sköts av kommunikatörerna. Medarbetare har ett ansvar att meddela kommunikatörerna önskemål om nyheter som ska publiceras på hemsidan. Likaså har medarbetare som svarar för någon verksamhet ett ansvar att se till att den information som finns om verksamheten på webben är uppdaterad. Kalenderfunktionen på hemsidorna är sammankopplade med planeringsprogrammet Medarbetaren. Ansvaret för att den information som visas i kalendrarna på hemsidorna blir rätt och riktig, ligger hos personen som bokar aktiviteten. Lathund för bokningar finns på intranätet.

SOCIALA MEDIER

De sociala medierna är numera självklara externa kommunikationskanaler. Både allmänhet och media hittar information där och det är också en bra plats att föra dialog. För närvarande använder alla församlingar Facebook. Kommunikatörerna finns alltid med som administratörer av sidorna. Till grund för arbetet ligger Svenska kyrkans policy för sociala medier i tjänsten, samt Skellefteå pastorats riktlinjer för sociala medier. För Facebook kompletteras dessa dokument med ett strategidokument, speciellt framtaget för den aktuella sidan. Både i tjänsten och som privatperson, uppmuntras du att delta i samtalet som sker i sociala medier. Ha i åtanke, att du alltid ses som en representant för Svenska kyrkan.

TRYCKSAKER

Kommunikatörerna svarar för utformning av trycksaker och i förekommande fall tryckeriupphandling. Tidsplan görs upp i god tid mellan ansvarig handläggare och kommunikationsavdelningen. Råmaterialet ska finnas tillgängligt i sin helhet innan utformningen av trycksaken påbörjas. Enklare affischer görs av den som ansvarar för verksamheten eller arrangemanget och då används det webbaserade verktyget Print on demand, som nås via intranätet.

Grafisk profil

Svenska kyrkans grafiska profil är basen för all visuell kommunikation och information där församlingen eller pastoratet som helhet är avsändare. Den grafiska profilen är en helhet som består av logotyp, färger, typografi, bild, format, pappersval och språk. Genom att använda den grafiska profilen skapar vi en tydlig bild som är lätt att känna igen oavsett om det är i form av en församling eller av pastoratet. Målet är att alla som möter Skellefteå pastorat, oavsett nivå, ska ha lätt att känna igen oss och förstå att vi alla är en del av Svenska kyrkan.

Logotyp

En logotyp är en varumärkesskyddad symbol och en bild för en organisation eller ett företag som alla kan känna igen och minnas. Att den är varumärkesskyddad innebär t ex att bildmärket (skölden) inte får användas separat eller med annan text på annat sätt än vad som anges i Svenska kyrkans grafiska manual. Inte heller får några färg-, form-, eller storleksförändringar göras. Logotypen fungerar som en signal, en avsändare och en garant för det vi säger och gör. För att garantera ett konsekvent och tydligt användande finns några få och enkla regler om färger, storlekar, placeringar och frizoner. (Frizoner beskrivs och illustreras utförligare i Svenska kyrkans grafiska manual.) Beställning av logotyper görs hos kommunikationsavdelningen.

EXEMPEL



UTFÖRANDE

Logotyperna ska främst användas i färg. Detta för att färgerna i logotyperna fungerar tillsammans med formen som en igenkänningssignal.

STORLEKAR

A5 = 45 mm bred logotyp.

A4 = 65 mm bred logotyp.

A3 = 95 mm bred logotyp.

Minsta storlek = Aldrig under 30 mm i tryck.

PLACERINGAR

Framsida trycksak: Uppe i höger hörn eller nere i höger hörn med bra med luft till kanterna.

Baksida trycksak: Nere i vänster hörn eller nere i höger hörn.

När församlingen eller pastoratet är en av flera avsändare gäller det att samtliga logotyper får samma värde. Se till att ha bra med luft mellan logotyperna, motsvarande ungefär två till tre sköldars bredd.

VAL AV LOGOTYP

Om budskapet kommer från pastoratet eller om det berör flera församlingar används logotypen för pastoratet. Om budskapet kommer från församlingen används logotypen för församlingen.

Färger

Logotypens grundfärger är svart, rött och gult. Det är också Svenska kyrkans identitetsfärger. Utöver identitetsfärgerna finns en färgpalett om 11 andra färger att använda.



Svart
CMYK: 0/0/0/100
RGB: 0/0/0



Rött
CMYK: 20/100/100/5
RGB: 205/0/20



Gult
CMYK: 0/20/100/0
RGB: 255/210/0

Typografi

En enhetlig och god typografi är ovärderlig i all skriven kommunikation. Den ska vara tydlig, sympatisk och stämma väl överens med identiteten i övrigt. Typografin för Svenska kyrkan är indelade i två områden: identitetstypografi och vardagstypografi.

Foundry Sterling

Arial

Sabon

Times New Roman

Vid trycksaksproduktion används identitetstypografin:

Rubrik: Foundry Sterling

Brödtext: Sabon

(Om typsnitten Foundry Sterling och Sabon saknas vid produktion av mindre lokala trycksaker använd vardagstypografin. Båda typsnitten finns i webverktyget Print on demand.)

Vid produktion av dokument, protokoll och brevutskick m m används vardagstypografin:

Rubrik: Arial

Brödtext: Times New Roman

(Vid produktion av dokument i digitala medier, till exempel en PowerPoint-presentation, är Arial bäst utformad för visning på skärm.)

E-post

Alla anställda ska använda en enhetligt formgiven e-postsignatur enligt följande:

Linda Randgard
KOMMUNIKATÖR, SKELLEFTEÅ PASTORAT
TELEFON: 0910-70 84 21

POSTADRESS: Skellefteå pastorat, Box 376, 931 24 Skellefteå
BESÖKSADRESS: Storgatan 63, Skellefteå
www.svenskakyrkan.se/skelleftea

Kontakta kommunikatörerna om du behöver hjälp att skapa en e-postsignatur efter mallen.

Bilder

Fotografier och illustrationer är en viktig del av vår kommunikation. Fotografierna publiceras med respekt för den enskilda människan, ska hålla god kvalitet och vara trovärdiga. Svenska kyrkans bilddatabas IKON är vårt förstahandsval, om vi saknar lokala bilder till vår kommunikation. När vi fotograferar människor är det av yttersta vikt att de som porträtteras är medvetna om det och med vilket syfte de avbildas. Det är en god idé att inhämta medgivande från personer vi fotograferar. Våra bildarkiv ska vara uppdaterade och vi gallrar sådant som ej känns aktuellt. Vi följer Dataskyddsförordningen (GDPR).

Särskilda riktlinjer

Annonssidan

ANNONSER

På annonssidan i Norrans fredagsupplaga, finns möjlighet att lyfta någon verksamhet eller något arrangemang lite extra. Underlag till annons ska vara kommunikatörerna tillhanda senast fredag kl 12.00 för kommande veckas annonssida. Om fler önskemål inkommer än vad som finns plats för på sidan, förbehåller sig kommunikatörerna rätten att prioritera bland annonsönskemålen. Om det tvärtom inkommer få önskemål, gör kommunikatörerna en bedömning utifrån liggande kalendarium. Annonssidan är den enda plats vi annonserar verksamhet. Lösa annonser i tidningen godkänns ej. Notera även att det är det underlag som kommunikatörerna får, som ligger till grund för annonsen. Sidan levereras tryckfärdig till Norran och tidningen har således ingen möjlighet att ändra i annonssidan. Gällande platsannonser, utformas de av kommunikatörerna och publiceras, efter samråd med ansvarig rekryterare, på lämpliga platser.

PREDIKOTUR

Kommunikatörerna sammanställer och utformar predikoturerna veckovis. Underlaget sänds till kommunikatörerna från församlingen. En på förhand utsedd person i församlingen sammanställer församlingens bidrag till predikotursannonseringen och har därefter kontakten med kommunikatörerna. Eventuella ändringar och tillägg efter att predikotursunderlaget skickats in, ska inkomma från den i församlingen ansvarige personen. Ändringar och tillägg tas endast emot från den av församlingen utsedde kontaktpersonen. Ändringar och tillägg kan endast anmälas till kommunikatörerna. Det är alltså inte möjligt att kontakta Norran för detta, då de får en färdig annons från pastoratet. Predikoturerna ska vara kommunikatörerna tillhanda senast måndag kl 12.00. Ändringar tas emot fram till och med onsdag kl 12.00. (Tiderna kan komma att ändras i samband med semestrar.)

” underlag till annons ska vara kommunikatörerna tillhanda senast fredag kl 12

Se även särskilt dokument ”Riktlinjer för predikoturer”.

Print on demand

Verksamhetsaffischer görs i webbverktyget Print on demand. Det är utformat efter och följer Svenska kyrkans grafiska profil och har en direktkoppling till bilddatabasen IKON. Kommunikatörerna bistår med utbildning i verktyget och finns tillgängliga som stödande resurs även därefter.

14-dagarsregeln

Kommunikation kring större arrangemang, där flera församlingar samverkar och/eller flera externa aktörer är inblandade, utformas i första hand av kommunikatörerna. Då behöver underlag inkomma i god tid - senast 14 dagar före arrangemanget - för att de ska hinna producera och utforma visuell kommunikation/information. Beställningen resulterar oftast i en lösning där flera kanaler är inblandade och det kan finnas deadlines från externa aktörer att ta hänsyn till, samt eventuell korrekturläsning.

” predikoturerna ska vara
kommunikatörerna tillhanda
senast måndag kl 12.00

Externa aktörer – gästspel

Ibland upplåter vi lokaler till externa aktörer för t ex konserter och utställningar utan att vara medarrangör. Men som en informationsservice till allmänheten kan det ändå vara aktuellt att marknadsföra dessa. Bokas ett gästspel, är det därför önskvärt att kommunikatörerna också får kännedom om detta.

Övrigt

Hela kommunikationsstrategin, med kommunikationsplattform och grafisk profil, vilar på och samverkar med följande policier och riktlinjer som alla finns för nedladdning på intranätet: Svenska kyrkans kommunikationsplattform, Svenska kyrkans grafiska riktlinjer, Policy för användning av sociala medier i tjänsten, Riktlinjer för sociala medier i Skellefteå pastorat, Riktlinjer för predikoturer i Skellefteå pastorat.

Vid frågor gällande kommunikation, vänd dig till kommunikatörerna eller kyrkoherden.

” *vi vill vara en kyrka som människor
har en positiv relation till
och känner glädje över att tillhöra*

Svenska kyrkans kommunikationsvision

