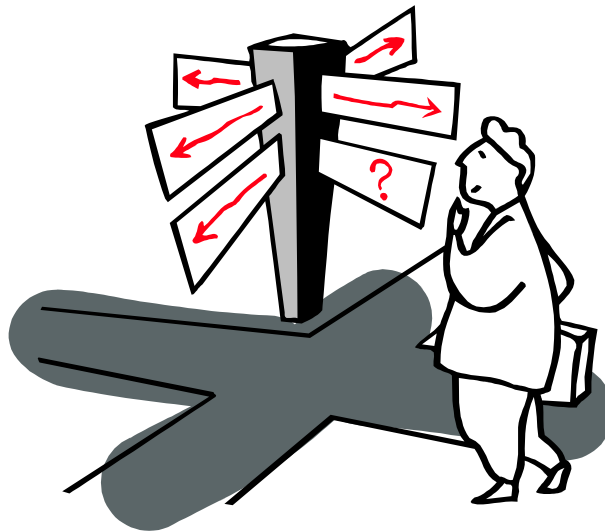




Kongsvinger Kommune
www.kongsvinger.kommune.no

Kongsvinger kommune

Service- og kommunikasjonsstrategi



Tydlig, tilgjengelig og serviceinnstilt

Oppsummering

En evaluering viser at Kongsvinger kommune *ikke* er tilgjengelige nok og at den *ikke* har god nok kvalitet og effektivitet knyttet til sin service og kommunikasjon mot kommunens innbyggere. Kommunen er heller *ikke* tydelige nok i sin kommunikasjon mot innbyggere / potensielle innbyggere. Dette er blant annet et resultat av:

- Lav tilgjengelighet og høy svartid pr telefon
- Lite tilgjengelig web, med lav informasjonsgrad
- Liten grad av samordning mellom ulike deler av organisasjonen
- Manglende markedsføring / profilering av kommunen

Kongsvingers service- og kommunikasjonsstrategi (SoK) er en plan for hvordan Kongsvingers service og kommunikasjon mot eksisterende og potensielle innbyggere kan videreutvikles gjennom de virkemidler en rår over.

Som overordna mål for kommunens SoK er **“Tydelig, tilgjengelig og serviceinnstilt”**.

Målet er valgt med bakgrunn i statusbeskrivelsen og kommunens ambisjon om å være et handlekraftig regionsenter i vekst. Målet krever innsats på flere områder:

- Økt tilgjengelighet på både service og informasjon gjennom flere kanaler
- Tydeligere kommunikasjon mot alle relevante brukergrupper
- Men også forbedringer i selve serviceleveransen inklusiv saksbehandlingstid

Fokus på tilgjengelighet, effektivitet, tydelighet og kvalitet skal til sammen bidra til at Kongsvinger kommune beholder flere av sine innbyggere samtidig som de rekrutterer nye (170 pr år).

I Sok tydeliggjøres det på prioriteringer og veivalg for videre arbeid:

- Kongsvinger kommune må etablere en strategi som tydeliggjør hvilke kommunikasjonskanaler vi skal benytte i ulike sammenhenger og mot ulike målgrupper. Strategien skal også ta hensyn til hva bruk av ulike kanaler koster i krone og øre, og hva de tar i tid å håndtere.
- Web skal være vår prioriterte kommunikasjonskanal. 95% av alle mellom 20 -59 år har tilgang på web, web er foretrukket kanal for informasjonsinnhenting og 40% av brukerne sitter allerede foran web når de tar kontakt med oss på telefon.
- Chat skal utvikles, da dette er en kostnadseffektiv kommunikasjonskanal som utfyller web når brukeren ikke finne svar der.
- Telefonmottaket må forbedres. Målet er en svartid på snitt 30 sekunder på 80% av henvendelsene
- Service-og kommunikasjonsenheten skal være et nav i arbeidet med å utvikle kommunens kvalitet, effektivitet, tilgjengelighet og tydelighet. Som følge av dette ligger det et behov for å rydde i forhold til ansvar og roller i forhold til ulike oppgaver, både i Service- og kommunikasjonsenh. og i den øvrige organisasjonen
- Ansvar og roller i forhold til kommunikasjon mot media tydeliggjøres. Budskap som er kritisk i forhold til legitimitet og profilering av kommunen skal samordnes

I det videre arbeidet med SoK må følgende oppgaver prioriteres:

1. Definere konkrete (målbare) mål i forhold til svartid, saksbehandlingstid m.v
2. Definere et sett med klare og tydelige regler i forhold til hvordan Kongsvinger kommune skal gi service til sine innbyggere
3. Utarbeide en handlingsplan som konkretiserer hvordan vi skal jobbe videre med å utvikle servicen i Kongsvinger kommune, i henhold til mål og satsninger som er beskrevet i SoK
4. Utarbeide en kanalstrategi, med bakgrunn i en brukerundersøkelse
5. Avklare, kommunisere og implementere roller og ansvar i forhold til de mål og satsninger som er beskrevet overfor
6. Evalueres hvordan vi lykkes med å nå de konkrete målene som defineres

Innledning: Hvorfor Service- og kommunikasjonsstrategi

En strategi kan defineres som en langsiktig overgripende plan for å oppnå ett mål og nærme seg en visjon. Strategi innebærer å sette opp mål for virksomheten og formulere måten man skal nå målet.

Kongsvingers service- og kommunikasjonsstrategi er en plan for hvordan Kongsvingers service og kommunikasjon mot eksisterende og potensielle innbyggere kan videreutvikles gjennom de virkemidler en rår over. En vesentlig del av service og kommunikasjonsstrategien er utviklingen av en strategi for å koble innbyggere/kunder, tjenester og kontaktkanal på et effektivt vis.

Målet med strategien er:

- Understøtte kommunens langsiktige strategi slik den til enhver tid formuleres og vedtas
- Å øke verdiskapningen i hele den kommunale organisasjonen
- Gi organisasjonen et tydelig bilde av innbyggeren, brukeren og innflytteren
- Gi omverden et tydelig bilde av Kongsvinger kommunes tilbud, tjenester og virksomhet
- Sette innbygger / bruker / kunde i sentrum i forhold til den virksomheten vi utøver og de ærend kunden har:



Status

Det er foretatt en kartlegging av status i forhold til service og kommunikasjon i Kongsvinger kommune, og resultatet er som følger:

Status	Årsak
Dårligere kvalitet enn nødvendig	<ul style="list-style-type: none"> Få tilbakemeldingskanaler (klagekanaler) Variierende / manglende oppfølging av klager / tilbakemeldinger (tilfeldig og ikke strategisk) Lav bevvisthet ift mottak / behandling av e-post og annen elektronisk informasjon
Lavere effektivitet enn mulig	<ul style="list-style-type: none"> Uklart skille mellom 1., 2., og 3. linjens oppgaver og ansvar Lite koordinert mottak av brukere til rådhuset Lav selvbetjeningsgrad Ingen strategi eller bevissthet i forhold til å bruke ulike kanaler for å effektivisere kommunikasjonen med brukerne
Dårligere tilgjengelighet enn ønskelig	<ul style="list-style-type: none"> Høy svartid på telefon og manglende telefonpolicy Mangelfulle og lite oppdaterte hjemmesider (internett) med lav selvbetjeningsgrad, dårlig tilgjengelighet og lite oppdatert og relevant informasjon Ingen elektroniske tjenester og ingen plan / strategi for å ta i bruk dette Uklart bilde av hvem som er brukeren og deres behov
Utydelig og uklar kommunikasjon	<ul style="list-style-type: none"> Mangler kommunikasjonsstrategi (kommunalt, regionalt, nasjonalt) Dårlig samordning av kommunal tjenesteinformasjon Manglende markedsføring og profilering av kommunen
Sterk vilje til forbedring	<ul style="list-style-type: none"> Arbeid med ny web er igangsatt – lansering 3. juni Nytt telefonsystem er i ferd med å implementeres og telefonpolicy er utarbeidet Kommunikasjonsstrategi på web er i ferd med å bli utarbeidet Har begynt å jobbe med bevissthet i forhold til leveransenivå knyttet til saksbehandlingstjenester

Samlet viser denne statusgjennomgangen at det er behov for å forbedre vår servicegrad og kommunikasjon mot innbyggerne på flere områder.

Overordna mål – Tydelig og tilgjengelig

Som overordna mål for kommunens service- og kommunikasjonsstrategi, foreslås

“Tydelig og tilgjengelig”.

Målet er valgt med bakgrunn i statusbeskrivelsen og kommunens ambisjon om å være et handlekraftig regionsenter i vekst. Målet krever innsats på flere områder:

- Økt tilgjengelighet på både service og informasjon gjennom flere kanaler
- Tydeligere kommunikasjon mot alle relevante brukergrupper
- Men også forbedringer i selve serviceleveransen inklusiv saksbehandlingstid

Fokus på tilgjengelighet, effektivitet, tydelighet og kvalitet skal til sammen bidra til at Kongsvinger kommune beholder flere av sine innbyggere samtidig som de rekrutterer nye (170 pr år).

Følgende konkrete målsetninger foreslås:

Tilgjengelighet

- Brukere skal kunne nå kommunen via Internett 24 timer i døgnet hele året

- Brukere skal nå kommunen over telefon fra 8-15.30 hele året – svarstid under 30 sekunder for 80 % av henvendelsene
- Brukere skal kunne kommunisere med kommunen via epost og få svar innen 48 timer (bare enklere henvendelser – ikke saksbehandling)
- Ved alle henvendelser til kommunen skal innbyggeren få en kvittering på at vi har mottatt deres henvendelse og når endelig svar vil foreligge
- Brukere skal kunne personlig besøke kommunens serviceskontor uten særlig ventetid mellom 8-15.30 hele året
- Brukere skal kunne få gjort avtale med og møte kommunal leder eller saksbehandler innen 8 dager
- Innbyggere skal kunne nå ordfører, varaordfører og komiteledere med samme tilgjengelighet som ovenfor når det gjelder epost og personlig avtale.
- Epostadresse og telefon for alle folkevalgte skal oppgis på kommunens hjemmeside
- Det skal være enkelt å kunne stille spørsmål til kommunen og å få svar via web
- Innbyggere / brukere som ikke finner svar via web skal ledes videre til relevante kanaler (telefon, chat m.v)

Tydelighet

- Alle tjenester skal ha oppdaterte tjenestebeskrivelser i forhold til lovverk og Kongsvinger kommunens praksis tilgjengelig på kommunens hjemmeside
- De 20 viktigste av kommunens tjenester skal ha egen "tjenestebeskrivelse / servicedeklarasjoner" som skal være tilgjengelig på kommunens hjemmeside
- Kommunens viktigste strategier, planer og satsninger skal være tilgjengelig på kommunens hjemmesider
- Kommunens tjenestetilbud skal være tydelig presentert på hjemmesiden, med mulighet for å gå inn på den enkelte enhet og finne nærmere informasjon om enheten og ledelse.
- Tilbakemelding og klage på kommunale tjenester skal kunne gjøres via egen "tilbakemeldingskanal" på kommunens hjemmesider. Bruker som klager skal ha tilbakemelding fra ansvarlig leder innen 8 dager.
- Brukere skal kunne nå kommunen gjennom ulike kanaler, telefon, web, chat, personlig oppmøte og få samme svaret - brukerens ærend avgjør hvilke kanal som er mest hensiktsmessig å benytte

Kvalitet

- Kommunens skal gjøre det enkelt for innbyggeren å finne relevant informasjon og veiledning på web.
- Kongsvinger kommune skal ha mål på saksbehandlingstid for alle relevante tjenester – i henhold til forvaltningslovens regler om saksbehandlingstid eller bedre
- Kommunen skal praktisere meroffentlighet
- Politiske saker og vedtak skal løpende være tilgjengelig på kommunens hjemmesider sammen med oversikt over politiske møteplaner
- Kommunens postjournal skal være tilgjengelig på nett

- med mulighet for å hente tilhørende dokumenter
- Alle klager og tilbakemeldinger skal brukes i det løpende forbedringsarbeidet for å forbedre kvaliteten på våre tjenester

Effektivitet

- Kommunen skal til en hver tid benytte de kommunikasjonskanaler som gir størst verdi for brukeren og minst kostnad for kommunen
- Kommunen skal ha bare ett fysisk servicekontor for den samlede kommunale administrasjon hvor publikum fysisk kan henvende seg (i tillegg til NAV for sosiale tjenester) – en dør, ett telefonnummer
- Avtale om møte med leder, folkevalgt eller saksbehandler gjøres via servicekontoret eller direkte via epost eller telefon
- Internett og digitale løsninger velges som kommunens hovedstrategi for informasjon til og kommunikasjon med kommunens innbyggere, brukere og tilflyttere
- Kommunen skal prioritere kanaler og prosesser som effektiviserer saksbehandlingen

I arbeidet med å definere konkrete tiltak skal:

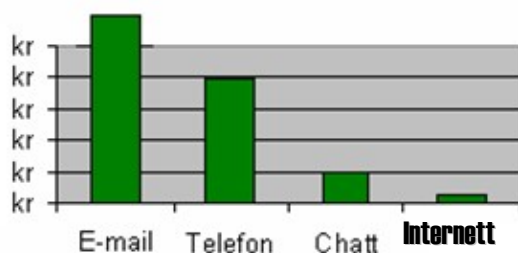
- Prosessene være brukerorienterte
- Teknologiske investeringer styres av service- og kommunikasjonsstrategi
- Tilgjengeligheten skal økes – gjennom flere kanaler – og bruk av de mest effektive kanalene skal belønnes
- Digitalisering og automatisering skal prioriteres

Kanalstrategi

Med kanalstrategi menes hvilke virkemiddel kommunen foretrekker å benytte i sin kommunikasjon med innbyggere, brukere og omverden – og hvilke kanaler kommune bør mest mulig effektivt kan kommunisere med brukeren / innbyggeren. De alternativene en står ovenfor er grovt:

- Fysisk kontakt/møte
- Telefon
- E-post
- Internett/Web
- Media

Kanalstrategien skal gi svar på hvilke kontaktformer som er mest hensiktsmessige i forhold til ulike målgrupper / brukergrupper – i forhold til ulike situasjoner og ærend. Et utgangspunkt for en kanalstrategi er en vurdering av hva en henvendelse koster i krone og øre, og hva de tar i tid å håndtere - i ulike kanaler. Figuren nedenfor illustrerer ca kostnader pr kanal med bakgrunn i en svensk undersøkelse:



Selv om kommunen satser på web som informasjons- og kommunikasjonskanal, så vil vi aldri gå fri fra telefonhenvendelser og besøk. Imidlertid så er det slik at vi i service- og kommunikasjonsstrategien setter fokus på å få en tydeligere prioritering av hvor ulike henvendelser kommer. Det betyr at vi i større grad må sørge for at enkle henvendelser i størst mulig grad blir håndtert elektronisk (automatisk), dernest så må spørsmål som krever menneskelig behandling via servicetorget, og 90% av disse spørsmålene bør kunne håndteres der. Dette innebærer at fagavdelingene kan konsentrere seg om skjønnsmessig saksbehandling og de kompliserte problemstillingene (10%). Målet er at vi skal redusere antallet telefoner og besøk som ikke er nødvendige. Dette totalt sett føre til mer effektiv saksbehandling og kortere saksbehandlingstid.

I arbeidet med etablering av kanalstrategi må vi:

1. Kartlegge gjennom hvilke kanaler vi kommuniserer best / mest effektivt med ulike brukergrupper – i forhold til ulike ærend. Ut i fra dette: hvilke kanaler skal prioriteres utviklet og hvilke ikke – ut i fra et brukerbehov og fra et virksomhetsbehov?
2. Beskrive hvordan de ulike kanalene henger sammen og hvordan brukerne skal forflyttes mellom de ulike kanalene. Det som begynner med en henvendelse via internett kan ende opp i en dialog pr chat eller et telefonmøte. Brukerens problem skal løses, og finner ikke brukeren svaret på vårt internett, så skal vi lede han/henne videre til en kanal hvor svaret finnes.
3. Beskrive hvordan organisasjonen bak de ulike kanalene skal utformes
4. Tydeliggjøre gevinster:
 - Hvilke resultater oppnås på kort og lang sikt? For brukeren og kommunen.
 - Hvordan realisere gevinstene?

Web – vår prioriterte kanal

Sentralt i arbeidet med å forbedre kommunens service og kommunikasjon står kommunens web-satsning. De viktigste årsakene til at kommunen bør satse på web er:

- 95 % i alderen 20 – 59 har tilgang på web
- Forskning viser at web er den foretrukne kanalen når en søker informasjon om varer / tjenester
- Web er tilgjengelig 24/7 – og mest trafikk er det mellom 1800-2300, på fredag, lørdag og søndag
- Web er den mest kostnadseffektive kommunikasjonskanalen som finnes
- 40% av de som tar kontakt med kommunen pr telefon, sitter allerede foran pc'en og søker å finne svar via web

En kartlegging av ulike brukergruppers ønsker og behov har vist at brukeren ønsker at kommunens web er en portal som gir en oversikt og innsikt i alle muligheter som finnes i regionen, både i kommunal, frivillig og privat regi.



Hva ønsker brukerne?

Kartlegging: innbyggere, ny-innflyttede, næringsliv, brukerråd, fagleder/rådgivere, politikere/rådmann

- *“Kommunens internettsider må være en kanal for å selge Kongsvinger som et godt sted å bo for nåværende og framtidige innbyggere”*
- *“Kommunens nettside burde være hovedportalen til alt i Kongsvinger- regionen. Det er den siden du har som startside fordi der finner en alt - enkelt å navigere seg videre fra.”*
- Oppsummerte brukerønsker;
 - Oversiktelig
 - Oppdatert
 - Enkelt
 - Omfatende (totalløsning)



Med utgangspunkt i brukerønskene, og mål / visjoner for kommunen har vi definert følgende strategiske grunnpremisser for ny web:

- Weben skal ha en tydelig prioritert profil – hvor vi prioriterer å kommunisere sentrale satsninger i regionen (kommunale, kulturelle, næringslivssatsninger m.v)
- Den skal være tilgjengelig for alle
- Den skal være omfangsrikt og helhetlig
- Den skal være innovativt og grensesprengende
- Den skal bygge på partnerskap med alle sentrale informasjonsformidlere innen næringsliv, kulturliv og media
- Den skal gi ringvirkninger i organisasjonen i forhold til hvordan vi jobber og tenker service og formidling

Kommunale organisasjoner er ekstremt komplekse – med svært mange målgrupper, tjenester og ansvarsområder. Det er derfor en utfordring å hindre at informasjonsstrømmen blir uoversiktelig – man “ser ikke skogen for bare trær”. Derfor skal vi i den nye web'en:

- Prioritere innholdet: 95% av innholdet til 95% av brukerne – prioritering
- Relatere innholdet: Brukeren skal ledes til relatert innhold. Alt henger sammen med alt – men ingen skal gå seg bort (eller i ring...)
- Gi de ulike sidene-typene tydelig og gjenkjennelig innhold
- Gjøre brukeren interessert i innholdet og sørge for at de finner det de leter etter.

Som en del av kommunens web-satsning er vi også i ferd med å etablere en ungdoms-web sammen med mediahuset Glåmdalen og Sentrum videregående. Denne satsningen er i tillegg til en ungdomssatsning også en tankesmie og en utprøving av nye digitale formidlingsmedier.

Som første offentlige organisasjon i Norge har Kongsvinger kommune anskaffet en Interactive Web Assistant. Assistenten skal hete Mia, hun skal ligge på web'en og hensikten med henne er å:

- Automatisere svar på ofte stilte spørsmål
- Lettere gjenfinning av informasjon – både for brukeren og for ansatte
- Styre brukere mot relevant informasjon
- Tilgjengeliggjøre informasjon via en rimelig kanal enn telefon, mail og besøk
- Systematisere informasjonsbehov (spørsmål fra brukeren systematiseres i en database som gjør at vi kan øke / forbedre informasjonen på vår web)

Mia – en del av en langsiktig strategi (service- og kommunikasjonsstrategi). Men hun er også en del av vår imagebygging.

Chatt

Ved innføring av Mia – den digitale chatt-assistenten – innfører også Kongsvinger kommune en analog chatkanal. Forskning viser at chatt er en svært mye mer effektiv kommunikasjonskanal enn telefon og epost. Målsetningen med chatt-kanalen er at kommunens innbyggere mer effektivt skal kunne få svar på sine spørsmål via chat'en, samtidig som kommunens servicetorg håndterer flere henvendelser enn tidligere.

I første omgang vil chat kun være en kanal som dukker opp når man har stilt et spørsmål til Mia, som hun ikke kan svare på. Innbyggeren vil da få tilbud om å få avklart sitt spørsmål via en kundesaksbehandler pr chat.

En viktig tilleggsfunksjonalitet for chat'en er at kommunen gjennom denne samler opp spørsmål fra brukere / innbyggerne, som kan benyttes til å utvikle en bedre kunnskapsdatabase, som igjen kan benyttes til å automatisere svar på flere standardspørsmål og oppdater web'en.

Telefon – policy og mål

Målet er at alle som ringer Kongsvinger kommune skal:

- a) nå den medarbeideren som de søker og / eller
- b) få den informasjon / hjelp de trenger av en annen medarbeider i kommunen eller
- c) få informasjon om når og på hvilke måte de kan få den informasjonen de trenger / hjelpen de søker.

Dette skal ideelt skje på første kontaktforsøk. Vi har i strategien definert et mål om at 80% av de som tar kontakt på telefon skal få svar innen 30 sekunder.

Kongsvinger kommune har definert en telefonpolicy, som setter krav til hvordan den enkelte medarbeider skal opptre for å gjøre seg tilgjengelig for kommunens brukere (herunder krav om bruk av fraværskoder, krav til medflytt, bruk av mobil, tilgjengelighet ifm lunsj m.v). Telefonpolicyen skal bidra til at vi reduserer svartiden mest mulig – samtidig som kommunen oppleves å gi god og tilstrekkelig service.

Kommunen har gått til anskaffelse av et nytt telefonstøttesystem. Dette gjør det i mye større grad mulig å måle tilgjengelighet og svartid. Med utgangspunkt i målingene vil vi kunne gjøre nøyaktige analyser av forventninger i forhold til svartid i forhold til ressurser.

Mail – policy

Mail er en kanal som i større og større grad må sidestilles med annen formell skriftlig korespondanse. Dette betyr både at kommune må etablere en tydeligere policy i forhold til arkivering av mail og at det må defineres klarere retningslinjer for svar på henvendelser pr mail.

I tillegg foreslås det at det defineres en standard for hele organisasjonen i forhold til hvordan mail skal brukes i jobb-hverdagen. Et forslag er å etablere en automatisk standard replye for alle mail hvor vi synliggjør en kategorisering av hvilke henvendelser som prioriteres besvart først og sist, med en 1. prioritet av brukerhenvendelser og sistedprioritet av private mail. Dette vil både for brukere og ansatte tydeliggjøre vårt fokus og profesjonalitet.

Det er imidlertid et mål å redusere antall mail-henvendelser mest mulig til fordel for chat og web.

Service- og kommunikasjonsenheten - Personlig oppmøte og koordinering av kanalstrategi

I arbeidet med kanalstrategi og praktisk bruk / tilrettelegging av ulike kanaler er det også viktig at man ser de ulike kanalene sammen i et samspill. Det som begynner med en henvendelse til Mia kan ende med et møte med en saksbehandler og det som begynner med en chat kan ende opp med en telefonavklaring på servicetorget. Det som er viktig for Kongsvinger kommune er at mest mulig informasjon behandles så effektivt som mulig – dvs gjennom kanaler som krever minst mulig ressurser. Samtidig er det viktig at de henvendelsene som krever mer fagkunnskap og/eller dialog får dette.

I tillegg er det viktig for Kongsvinger kommune at kunnskap gjenbrukes, på riktig måte og gjennom riktige kanaler.

Service- og kommunikasjonsenheten er avgjørende for å få dette til å fungere. Enheten vil ha ansvaret for å svare på henvendelser via chat, web og telefon (mål 90% av henvendelsene). I tillegg vil enheten ha ansvar for å sortere og bearbeide spørsmål fra brukerne og kommunens kompetanse slik at dette kan bli til automatisert kunnskap.

Gjennom dialog med enhetene så vil også serviceenheten avklare hva slags henvendelser som skal håndteres hvor.

Det vil alltid være behov for å kunne være tilgjengelig for personlig oppmøte. En målsetning i forhold til oppmøte må imidlertid være å styre hvor oppmøte skjer og hvem som skal være tilgjengelig i forhold til hvilke henvendelser. Det vil si at flest mulig av henvendelsene går igjennom servicetorget, og at de kanaliserer videre de mest kompliserte spørsmålene til faglandet.

For å lykkes med service- og kommunikasjonsstrategiens intensjoner om å effektivisere, kvalitetsutvikle og tilgjengeliggjøre den kommunale tjenesteproduksjonen er det viktig å rydde opp i forhold til roller, ansvar og oppgaver.

Det må derfor jobbes bevisst for å bygge kompetanse og kapasitet i servicekontoret for å stadig større grad å kunne svare opp flest mulig henvendelser knyttet til informasjon og rådgivning – via ulike kanaler. I tillegg må de avklares på hvilke områder og for hvilke enheter service- og kommunikasjonsenheten skal drive enklere fullført saksbehandling på (regelstyrt saksbehandling og eventuelt skjønnsmessig saksbehandling).

Medarbeidere som er spesialister i et fagfelt må få tid til og må prioritere å jobbe med saksbehandling som krever denne fagkompetansen. Det betyr at alle henvendelser som handler om mottak, resepsjonstjenester og informasjonsformidling må håndteres av servicetorget. I tillegg må man – med utgangspunkt i mål om tilgjengelighet, kvalitetsutvikling og effektivitet – prioritere hvilke områder Service- og kommunikasjonsenheten skal ha ansvar for veiledning og regelstyrt saksbehandling.

Figuren nedenfor gir en oppsummert illustrasjon på hvem som skal håndtere hvilke henvendelser gjennom hvilke kanaler:

Service-trappa



Kommunikasjon og informasjon

Tydelighet er definert som prinsipp for kommunens kommunikasjon. Følgende prinsipper gjelder for kommunens kommunikasjons- og informasjonsarbeid:

- Hver enkelte enhetsleder har ansvar for å formidle informasjon om sin virksomhet – dette innbefatter: dialog med media i forhold til utfordrende saker og formidling av positive saker
- Rådmannen har ansvar for å koordinere kommunikasjon som angår hele kommunen / flere enheter / flere områder.
- Det er et krav at budskap som er kritisk i forhold til legitimitet og profilering av kommunen skal samordnes
- Service- og kommunikasjonsenheten skal ved forespørsel bistå de folkevalgte, rådmannen og enhetslederne i forhold til koordinering og formidling av informasjon som er vesentlige i forhold til kommunens legitimitet og profil
- Den enkelte ansatte har mulighet til å delta i samfunnsdebatten og uttale seg om offentlige saker som angår kommunen generelt eller eget fag- og arbeidsområde - det skal imidlertid presiseres at dette er medarbeiderens private oppfatning (jfr kommunens etiske retningslinjer)

Videre arbeid med service og kommunikasjonsstrategien

I det videre arbeidet må følgende oppgaver prioriteres:

1. Definere konkrete (målbare) mål i forhold til svartid, saksbehandlingstid m.v
2. Definere et sett med klare og tydelige regler i forhold til hvordan Kongsvinger kommune skal gi service til sine innbyggere
3. Utarbeide en handlingsplan som konkretiserer hvordan vi skal jobbe videre med å utvikle servicen i Kongsvinger kommune, i henhold til mål og satsninger som er beskrevet overfor
4. Utarbeide en kanalstrategi, med bakgrunn i en brukerundersøkelse
5. Avklare, kommunisere og implementere roller og ansvar i forhold til de mål og satsninger som er beskrevet overfor

6. Evalueres hvordan vi lykkes med å nå de konkrete målene som defineres