Kumla kommun

Kommunikationsstrategi

Kumla kommun

Beslutande	Kommunstyrelsen
Datum	2025-12-03, § 204
Dokumentansvarig	Kommunikatör
Revideras	Vid behov
Gäller till	Tills vidare

Innehåll

Varför en kommunikationsstrategi? 4

Vägledande principer 4

Vi vill mer 4

Vi skapar och utvecklar relationer 4

Jag tar ansvar – hela vägen 4

Vi bygger Kumla kommun 4

Strategins fyra huvudområden 5

Vårt huvudbudskap 5

Våra kommunikationsmål 5

Målgrupper 6

Medborgare – nuvarande och framtida 6

Företag och föreningsliv 6

Besökare 6

Medarbetare – nuvarande och framtida 6

Samarbetspartners och andra kommuner och regioner 6

Våra kanaler 6

Webbplatser 7

Sociala medier 7

Media 7

Vikten av kriskommunikation 7

Vi sätter de vi är till för i centrum 8

En gemensam kommunikationsplattform 8

När kommunicerar vi som kommun och när som platsen Kumla? 8

Kumla kommun som organisation 8

Platsen Kumla 9

Exempel 9

Mätning 9

Roller och ansvar 9

Varför en kommunikationsstrategi?

Det här är Kumla kommuns kommunikationsstrategi. Den säkerställer att kommunikationen blir kraftfull och effektiv genom att

- vi berättar om Kumla kommun på ett enhetligt sätt och med en röd tråd.
- den är i linje med vår vision och våra mål.
- den kopplar an till det vi står för och vill.

I kommunikationsstrategin definierar vi fyra viktiga områden: vårt huvudbudskap, våra kommunikationsmål, våra målgrupper och våra kanaler. När vi planerar kommunikation strategiskt, utifrån vad vi vill uppnå, kan vi enklare prioritera och vi blir mer träffsäkra.

Vägledande principer

Vi vill mer

Kumla ska aldrig vara en sovstad. Vi ser till att hela tiden ligga steget före. Vi har alla, tillsammans och envar, en nyfikenhet som driver oss framåt. Vi sätter mål, levererar och firar. Och vi ser till att leverera det lilla extra.

Vi skapar och utvecklar relationer

Vi vågar vara raka och personliga, det är viktigt för oss. För att kunna skapa och utveckla relationer handlar det om att bygga tillit och det är A och O för oss. Vi bryr oss på riktigt och vi är ödmjukt kaxiga. Vi är stolta över det vi gör och erbjuder.

Jag tar ansvar – hela vägen

Som medarbetare säger jag som det är, jag vet att det stärker oss som team och som organisation. Och – lika viktigt – jag lyssnar för att förstå. Som medarbetare driver jag på min egen och vår gemensamma utveckling. Jag som medarbetare, spelar roll. Min insats bygger vår framgång.

Vi bygger Kumla kommun

Här i Kumla tror vi på varandra. Vi samverkar och delar med oss – för helheten. Vi skapar nya förutsättningar och vi lär av våra framgångar och misstag.

Strategins fyra huvudområden

Vårt huvudbudskap

Ett huvudbudskap sammanfattar vad vi vill och är kärnan som alla våra målgrupper berörs av. Det hjälper oss att bli samstämmiga och att nå kommunikationsmålen.

Kumlas huvudbudskap lyder:

Ett gott liv för alla

Våra kommunikationsmål

Med tydligt satta kommunikationsmål kan vi prioritera våra insatser. De ger oss också möjlighet att kontrollera hur väl vi har lyckats, genom att mäta måluppfyllelse.

Det här är våra mål

Ökad kännedom. Fler ska känna till Kumla kommun.

Bredda bilden av Kumla kommun. Vi vågar lyfta Kumla strategiskt på en nationell nivå och lyfta verksamheter som vi traditionellt inte marknadsfört tidigare. Vi lyfter även utmaningar och hur vi hanterar svårigheter.

Stärka förtroendet för Kumla kommun. Fler ska gilla oss och fler ska vilja ha med oss att göra. Människor ska vilja besöka, jobba, bo eller samarbeta med oss. Förtroendet ökar vi genom ökad transparens och tillgänglighet. Vi skapar dialog i kommunikationen och använder storytelling för att dela historier om projekt och människor i Kumla.

Tillgänglighet och service är ett av kommunikationens viktigaste grunduppdrag. Dagens och morgondagens Kumlabor, företagare, föreningsliv och medarbetare kan enkelt ta del av kommunens information, välja service och tjänster samt vara delaktiga i kommunens utveckling.

Fler ska välja oss. För att bo, för att jobba, för att besöka, för etableringar, för evenemang, för fritid och nöje. Kumla uppfattas som en attraktiv plats att leva och verka på i dag och i framtiden.

Attraktiv arbetsgivare. Kumla kommun uppfattas som en attraktiv arbetsgivare i framkant och attraherar och behåller kompetent personal. Vi vill att alla våra medarbetare är stolta ambassadörer.

Målgrupper

Genom att sätta tydliga målgrupper blir vi träffsäkra i vår kommunikation. Pratar man med alla pratar man med ingen.

Varje verksamhet behöver också tydliggöra vilka just deras målgrupper är målgruppen behöver checkas av vid varje kommunikationsinsats. Det avgör till exempel val av språk och kanal.

Det här är våra kommungemensamma målgrupper.

Medborgare – nuvarande och framtida

Vi vill skapa en närmare relation med alla som bor i Kumla kommun, både de som bott här länge och de som funderar på att flytta hit. Vi vill att de ska känna sig stolta över Kumla kommun, engagerade i vårt samhälle och delaktiga i vår utveckling.

Företag och föreningsliv

Kumla är ett samhälle där företag och föreningar blomstrar. Vi vill stötta dem, inspirera dem och skapa en attraktiv miljö för tillväxt och samarbete. Genom att lyssna och samarbeta stärker vi både deras och vårt varumärke.

Besökare

Kumla är en plats som inspirerar och lockar besökare att vilja återvända. Genom tydlig och engagerande kommunikation visar vi vad som gör Kumla unikt och välkomnande, från våra naturupplevelser till evenemang och aktiviteter.

Medarbetare – nuvarande och framtida

Konkurrensen om arbetskraft är stor och vi vill att de vi eftertraktar väljer att jobba och stanna kvar hos oss. De behöver få lära känna oss och vår kultur, få en bild av hur det är att vara en del av Kumla kommun samt uppmärksammas för bra arbetsinsatser. Dessutom behöver de få kunskap om hur spännande olika roller är i en kommun.

Samarbetspartners och andra kommuner och regioner

Vi har starka samarbeten och de vi jobbar med pratar gott om oss och lyfter oss i olika sammanhang och därför har vi en nära och bra kommunikation med dem.

Våra kanaler

För att nå ut med vår kommunikation på bästa och mest effektiva sätt nyttjar vi rätt kanaler.

Vi väljer den eller de kanaler som passar syftet och målgruppen bäst.

Vi har en tydlig funktion för varje kanal.

Det här är våra kanaler.

Webbplatser
Kumla kommuns webb, Visit Kumla samt intranätet är våra egna kanaler. Här har vi utrymmet att dela med oss av allt från information och nyheter till ambitioner och inspiration.

Sociala medier
I sociala medier är vår möjlighet att visa upp Kumla på ett personligt och engagerande sätt.

Sociala medier är också en viktig kanal i kris, och kan även användas till att berätta hur vi arbetar med utmaningar och kriser. Att prata om utmaningar och kriser på rätt sätt stärker trovärdighet och förtroende och därmed varumärket Kumla.

Facebook

Här delar vi samhällsinformation och nyheter som ger medborgarnytta. Här kan vi ha lite mer beskrivande innehåll och vi kan använda länkar.

LinkedIn

Här visar vi att vi är en attraktiv arbetsgivare genom rekryteringskampanjer, platsvarumärkesarbete, kunskapsutbyte och att vi lyfter varandra inom organisationen och utanför. Vi inspirerar och inspireras av andra.

Instagram

Här får målgrupperna möjlighet att komma oss närmare. En kanal för bildberättande där de vi finns till för kan få lära känna oss. Lyft människorna, både medarbetare, medborgare och besökare, gärna i samspel med varandra och händelserna som gör Kumla kommun till den plats vi utlovar. I det stora och i det lilla. Det finns stora möjligheter men då måste man göra något annorlunda. På Instagram har vi en avslappnad och personlig ton.

Instagram används även för att publicera särskilt viktig samhällsinformation.

Media
Vi jobbar aktivt med pressmeddelanden och blickar även långt bortanför spadtagen. Ambitionen är högre än enbart händelsenyheter, vi har främst fokus på de områden vi strategiskt behöver kommunicera för vi använder media för att göra regionalt och nationellt avtryck.

Vikten av kriskommunikation
Kriskommunikation är en grundpelare för att skapa förtroende och trygghet. När oväntade händelser inträffar är vår roll att informera snabbt, tydligt och pålitligt. En effektiv kriskommunikation visar invånarna att vi agerar ansvarsfullt och har kontroll över situationen. Det är också ett sätt att

motverka rykten och spekulationer som annars kan spridas i sociala medier och bland allmänheten.

Vi sätter de vi är till för i centrum

All kommunikation planeras och genomförs med utgångspunkt i behov, förutsättningar och preferenser hos de vi är till för och syftet med kommunikationen. Vi lyssnar, för dialog och arbetar aktivt och systematiskt med insikter och omvärldsbevakning för att lära känna de vi är till för. Tidigt i arbetsprocesser och projekt har vi alltid ett kund- och mottagarperspektiv för att säkerställa att kommunikationen får avsedd effekt.

En gemensam kommunikationsplattform

Vi har en gemensam kommunikationsplattform med en tydlig visuell identitet, med ett gemensamt visuellt uttryck och samordnade budskap som stärker förtroendet för kommunen. Alla medarbetare ska kunna koppla an till kommunikationsplattformen, och när det gäller platsvarumärkesarbetet även externa aktörer. Det skapar kraft och bidrar till att Kumla kommun uppfattas som en attraktiv plats att leva och verka på. Kommunen uppfattas även som en attraktiv arbetsgivare och en pålitlig och professionell samarbetspartner.

Med utgångspunkt i målgruppen planerar, genomför och följer vi upp, utvärderar och utvecklar våra kommunikationsaktiviteter kontinuerligt.

När kommunicerar vi som kommun och när som platsen Kumla?

Utgångspunkten för all vår kommunikation är att vi utgår från samma huvudbudskap och gemensamma kommunikationsplattform. Det skapar en röd tråd och stärker vårt varumärke. I väldigt många fall stärker våra kommunikationsinsatser både Kumla kommun som organisation och plats.

Samtidigt är det ibland viktigt att skilja på när vi kommunicerar som organisationen Kumla kommun och när vi kommunicerar platsen Kumla.

Att skilja på dessa roller säkerställer att våra målgrupper möts av relevant och träffsäker kommunikation. Samtidigt ser vi till att budskapen samverkar för att skapa en enhetlig bild av Kumla som en trygg och oväntat familjär plats att leva, bo och verka i.

Kumla kommun som organisation

Här fokuserar vi på kommunens roll som samhällsaktör och serviceleverantör.

Kommunikationsinsatser riktas ofta till invånare, företag och medarbetare. Exempelvis information om skola, äldreomsorg eller bygglov.

Platsen Kumla

När vi kommunicerar platsvarumärket handlar det om att attrahera besökare, invånare och företag. Här lyfter vi fram berättelser, upplevelser och de unika egenskaper som gör Kumla attraktivt, exempelvis evenemang, natur och familjevänliga miljöer. Tonen är engagerande, inspirerande och lockande. Här bjuder vi även in externa aktörer att använda sig av delar av vår kommunikationsplattform.

Exempel

När vi kommunicerar som organisationen Kumla kommun

- Information om kommunens verksamheter och förändringar i kommunala tjänster.
- Rekryteringskampanjer för att attrahera nya medarbetare till kommunen.
- Insatser för att öka dialogen med invånare, till exempel kring trygghet eller skolmaten.

När vi kommunicerar som platsen Kumla

- Marknadsföringskampanjer för att locka besökare.
- Berättelser och storytelling om varför Kumla kommun är en bra plats för barnfamiljer.
- Samverkan med företag och föreningar för att marknadsföra Kumla kommun som en plats för etableringar eller evenemang.

Mätning

Mätning är avgörande för att säkerställa att strategin justeras vid behov. För att förstå effekten av våra kommunikationsinsatser och kontinuerligt förbättra dem mäter och analyserar vi våra resultat. Vi etablerar tydliga mått för varje kommunikationsmål.

Insatser utvärderas regelbundet i rapporter för att identifiera styrkor och förbättringsområden. Rapporterna används som underlag för att justera kommunikationsplaner och resurser.

Roller och ansvar

Kommundirektören

- har det yttersta ansvaret för kommunikationen i Kumla kommun.
- ansvarar för den kommunövergripande kriskommunikationen.

Förvaltningschef ansvarar för

- att planera förvaltningens kommunikation så att den stämmer överens med kommunikationsstrategin.
- kriskommunikation för sin respektive förvaltning och är eller utser lämplig talesperson mot media i kriser.
- att tillsammans med ordförande behov av kommunikationsinsatser rörande aktuella nämndärenden.

Kommundirektörens ledningsgrupp

Kommundirektörens ledningsgrupp (kommunledningsgruppen) beslutar i början på året om den planerade kommunikationen.

Chefer ansvarar för

- den planerade kommunikationen.
- att initiera kommunikationsinsatser i sin verksamhetsplanering.
- att initiera kommunikationsinsatser vid uppkomna händelser som kräver kommunikation.
- att den interna och externa kommunikationen som berör den egna verksamheten fungerar och följer kommunikationsstrategin och styrande dokument.
- fullgott kommunikationsunderlag finns tillgängligt för kommunikatörerna i god tid (minst tre veckor) innan en planerad kommunikationsinsats.

Kommunikatör

- ska stödja chefer och medarbetare i kommunikationsarbetet, genom att ge konsultativt stöd vid planering, genomförande och uppföljning.
- ska ges förutsättningar för att vara proaktiva i kommunikationsplaneringen.