

Kommunikationspolicy för Region Skåne

Arbetsmetod

En avgörande del av framställningen av kommunikationspolicy och övergripande strategiskt varumärkesarbete har varit den interna förankrings-, påverkans- och förädlingsprocess som skett på flera nivåer i organisationen.

Implementeringen av denna process har skett utifrån en analysmodell, speciellt anpassad för att genomlysna varumärkesarbetet och utröna en komplex organisation som Region Skånes identitet och kärna, interna och externa sida.

Utgångspunkten för arbetet är tidigare fattade beslut avseende verksamhetsuppdrag, vision, nyckelord och övergripande löften. En serie workshops har genomförts med projektledningsgrupp för varumärkesarbetet, kommunikationschefer, varumärkesberedning, Skånes Universitetssjukhus, regionledning, budgetgrupp, koncernledning och regionstyrelse, där deltagarna givits tillfälle att beskriva nuläge och önskad framtid enligt analysmodellen.

Tillvägagångssättet är att repetera analysmodellen och att ge varje grupp möjlighet att i dialog gemensamt komma fram till en gemensam bild av modernmärket i en transparent och öppen process. Genom systematiskt arbete är det möjligt att jämföra de olika resultaten med kvantitativa och kvalitativa analyser. Genom denna process har ett mycket värdefullt och mångfacetterat utfall kunnat fångas upp i arbetsprocessen.

Vägledande för arbetet med kommunikationspolicyn är öppenhet, ömsesidig respekt och delaktighet. Analysmodellen CBIM är utformad av Mats Urde, biträdande professor i varumärkestrategi på Lunds Universitet.

Region Skånes kommunikationsspolicy

Region Skånes kommunikationsspolicy är en övergripande sammanfattning av de förhållningssätt som är styrande för all Region Skånes kommunikation, såväl externt som internt.

Med en gemensam kommunikationsspolicy skapas intern samhörighet och en extern tydlighet. En tydlig och målinriktad kommunikation säkerställer att resurser används effektivt och hjälper oss att hålla kvalitet av högsta klass i våra verksamheter.

Region Skånes kommunikationsspolicy baseras på vårt varumärkesarbete, vår utarbetade identitet, våra gemensamma kärnvärden och på politiskt fattade beslut.

Region Skånes kommunikation ska bidra till att stärka Region Skånes varumärke samt till förverkligande av beslutade verksamhetsmål, politiska beslut och verksamhetsvision.

Region Skåne är en demokratiskt styrd organisation, vars verksamhet styrs av politiska beslut fattade av de folkvalda. Ytterst är det människorna i Skåne som är Region Skånes uppdragsgivare och huvudsakliga målgrupper.

Skåne - möten, kontraster, dynamik och möjligheter

Skåne är en del av Nordens mest dynamiska, internationella och tätbefolkade region - Öresundsregionen. Här rymms många sätt att leva, tänka och skapa en framtid. Berättelsen om Skåne är berättelsen om livskvalitet och unika möjligheter i världsklass, för många olika människor, på många olika sätt.

I Skåne sker många möten. Här möts storstad och landsbygd, här möter det internationella det lokala, det gamla möter det nya. I Skåne möter Sverige världen.

Region Skåne är en mångfacetterad och kraftfull möjliggörare för välfärd, hälsa, trygghet, infrastruktur, kultur och regional utveckling i Skåne. Vår verksamhet besjålas av ett genuint engagemang för människorna i Skåne och för att skapa bästa möjliga framtidsutsikter för vår region.

Målsättning

Vår kommunikations viktigaste målsättning är att bidra till att Skåne är, och uppfattas som, en attraktiv och innovativ region att bo och verka i, att besöka och återvända till. Region Skånes kommunikation ska alltid stödja och genomsyras av vår varumärkesvision:
Skåne - livskvalitet i världsklass.

Löfte och kärnvärden

Regions Skånes gemensamma löfte är livskvalitet som understöds av kärnvärdena hälsa, hållbarhet och tillväxt. Vårt övergripande uppdrag är nöjda medborgare. Vår vision är Skåne - livskvalitet i världsklass.

Intern och extern kommunikation

Vår interna kommunikation är mycket högt prioriterad, då Region Skåne är en stor och mångfacetterad organisation med ett stort antal medarbetare inom många olika verksamheter. Den interna kommunikationen är viktig för att skapa öppna och positiva relationer, delaktighet och stöd, bidra till effektiviserad resursanvändning och kunskapsspridning och stimulera kunskaps- och kompetensutveckling.

Den interna kommunikationen spelar även en viktig roll för ett inspirerande arbetsklimat med gemensamma målbilder. Medarbetare som är välinformerade, delaktiga och motiverade bidrar till Region Skånes utveckling och utgör viktiga bärare av vårt varumärke, vår kultur och vår identitet.

Region Skånes förhållningssätt och kärnvärden vägleder oss i vårt arbete och präglar vår organisationskultur. Detta återspeglas även i vår kommunikation. Genom att tydligt agera och kommunicera utifrån våra gemensamma värden och målsättningar, påverkar vi bilden av Region Skåne positivt.

Region Skåne är en lyhörd, drivande och resultatinkriktad organisation som präglas av ett genuint engagemang för människor - en organisation där möten mellan människor är centrala. Dessa möten präglas av ömsesidig respekt och tillit, med ett öppet, professionellt och välkomnande bemötande, internt såväl som externt.

Vi står inför föränderlig omvärld där informationsmängden växer kvantitativt och där information ständigt finns tillgänglig. Individerna söker själv aktivt information och ställer därför också krav på tillgänglighet, användarvänlighet, transparens, delaktighet, interaktivitet och återkoppling.

Region Skånes kommunikationsmetoder och kanaler ska alltid vara relevanta, effektiva, tidsenliga, innovativa och attraktiva. Vår kommunikation och information ska vara anpassad utifrån mottagarens/användarens skilda villkor och behov.

Region Skånes kommunikation är tydlig, tillgänglig, trovärdig och tilltalande

Vår kommunikation är *tydlig* genom att vara målgruppsanpassad, genomtänkt, förståelig, fokuserad, lätt att identifiera, meningsskapande, korrekt och aktuell.

Vår kommunikation är *tillgänglig* genom att vara öppen, lyhörd, uppdaterad och proaktiv, samt att kommunikationen sker på mottagarens villkor. Vår webbplats och intranät är våra grundläggande kommunikationskanaler. Region Skånes kommunikation är innovativ och använder sig av tidsenlig kommunikation, med moderna metoder, i relevanta kanaler utifrån målgrupp och användarens behov.

Vår kommunikation är *trovärdig* genom att vara lätt att identifiera, relevant, rak, saklig uppdaterad och faktagrundad.

Vår kommunikation är *tilltalande* genom att vara grundad i ett estetiskt förhållningssätt. Vårt budskap ska uppfattas som välkomnande, ha ett respektfullt, empatiskt och positivt tilltal samt ha ett inspirerande, tilltalande och inbjudande språk och formspråk. Vår kommunikation är förankrad i ett estetiskt förhållningssätt genom att vara stilistiskt genomtänkt, högkvalitativ, tidsenlig och professionell i form, bildval och språk.

En särskilt viktig och kraftfull bärare av vårt budskap och de kärnvärden vi väljer att förmedla, är det bildspråk vi använder i vår kommunikation. Region Skånes bildspråk är genomgående högkvalitativt, genomtänkt, estetiskt välvalt, engagerande och levande. Vårt bildval bär upp vår budskap, levandegör vår identitet, nyanserar vårt tilltal och stärker alltid vår önskade position: att Skåne uppfattas som en attraktiv och innovativ region, som erbjuder livskvalitet i världsklass.

Region Skånes grafiska profil och logotyp är garantier för det budskap vi förmedlar. Den grafiska profilen och vårt val av bilder besjälar och förstärker vår kommunikation. Region Skånes grafiska profil och logotyp ska utgöra en kvalitetsstämpel, ett löfte och en garanti för professionalism, trygghet och trovärdighet i alla sammanhang där vi verkar och kommunicerar.

Målgrupper

Region Skåne har ett ansvar att kommunicera med många olika målgrupper, både människor i Skåne och med omvärlden. Vi ska känna till vilka våra målgrupper är, och vara införstådda med deras behov och förutsättningar.

Ansvar

Region Skåne har som moderkoncern ett övergripande varumärkes- och kommunikationsansvar för alla verksamheter och bolag. Kommunikationspolicyen omfattar alla verksamheter, bolag och medarbetare.

Hur Region Skåne organiserar varumärkes- och kommunikationsverksamheten är en strategisk ledningsfråga. Ytterst ansvariga på ledningsnivå och chefer har ett särskilt ansvar för att kommunikationspolicy och strategiska mål efterlevs i verksamheten. Kommunikation, både externt och med medarbetare, är ett centralt chefsansvar.

Region Skåne, dess verksamheter och bolag kommunicerar till sina målgrupper utifrån sina respektive uppdrag, förutsättningar och mål. Samtidigt ska all kommunikation signalera att Region Skåne är avsändare, i enlighet med gällande kommunikationspolicy och varumärkesstrategi.

Lagar

Lagar som särskilt berör kommunikationsfrågor är bland annat Förvaltningslagen, Tryckfrihetsförordningen – med offentlighetsprincipen och meddelarfriheten, Yttrandefrihetsgrundlagen, Offentlighets- och sekretesslagen, Personuppgiftslagen och Upphovsrättslagen.

Användning

Kommunikationspolicyen kompletteras med handböcker och interaktiva verktyg som ger ytterligare vägledning, inspiration och stöd inom samtliga områden.