

eGevinst

Vedlegg III

Kommunikasjonsplan

Kommunikasjonsplan

Det er ofte mange som kan innflytelse på utfallet av et prosjekt. Forskjellige parter vil måtte involveres, gjerne i forskjellige faser av et prosjekt og på mange forskjellige måter. Dersom man for eksempel skal endre måten man leverer en tjeneste på vil dette påvirke hverdagen til de som er ansvarlige for at tjenesten blir levert. Disse, som gjerne er saksbehandlere eller mellomledere i en kommune, vil vite mye om hva som er bra med måten tjenesten leveres på i dag og hva som er mindre bra. Slike personer vil dermed være en ressurs i forhold til å rette på ting som kan bli bedre. Samtidig vil brukere av en tjeneste også være viktige når noe skal endres. Dersom brukerne opplever endringen som en forbedring er det sannsynlig at de raskt vil benytte seg av den nye, forbedrede tjenesten. I motsatt fall kan man vente seg en vanskelig innkjøringsperiode for den endrede tjenesten. Både fagpersoner og brukere er avhengig av god og riktig informasjon for at overgangen skal bli best mulig og at man oppnår de effektene man ønsker.

Eksempelene over viser at forskjellige grupper vil være viktige for utfallet av et prosjekt, men på forskjellige tidspunkt. Mens fagpersonell vil være viktige både i forbindelse med hvordan man forbedrer en tjeneste og i forbindelse med å veilede brukere i å ta i bruk tjenesten, vil brukerne særlig være viktige når tjenesten skal tas i bruk. Det er viktig å gi gruppene i begge eksemplene gode forutsetninger for at de skal bidra i prosjektet og at de skal få nytte av endringen. Derfor er det viktig å tenke gjennom hvilke type informasjon forskjellige grupper trenger og når de trenger den. Uten denne informasjonen vil man vanskelig kunne oppnå de målene man setter seg.

En god måte og tenke gjennom egnet informasjonsflyt er å lage en kommunikasjonsplan. En slik plan vil si noe om hvem som trenger informasjon, hva slags informasjon de trenger og når det er viktig at de får informasjonen. Planen sier også noe om hvordan de skal få informasjon. Til sist er det viktig at noen får ansvar for de som trenger informasjon får denne informasjonen og at man gjør et overslag på hva det vil koste å gi informasjonen.

Mye av innholdet i kommunikasjonsplanen kan hentes rett ut av interessentanalysen. Interessentanalysen sier noe om hvem prosjektet på forholde seg til og på hvilken måte. I tillegg indikerer interessentanalysen hvilke grupper som kan ventes å være negativt innstilt til prosjektet. En slik negativ innstilling kan bunne i misforståelse av hensikten og konsekvensen av prosjektet. God kommunikasjon vil dermed være viktig for å endre slike uriktige oppfatninger. I tillegg må forskjellige grupper få informasjon om en endring for å kunne nyttiggjøre seg endringen. For eksempel må brukere få vite at det har skjedd en endring for å kunne benytte seg av den forbedrede tjenesten.

Kommunikasjonsplanen er ikke et langt dokument, men en kortfattet oppsummering i tabellform som vist under.

Informasjons og kommunikasjonsplan for "Prosjekt X"					
Bakgrunn og hensikt:					
Nøkkelinfo	Målgruppe	Virkemidler	Ansvarlig	Tidsrom	Kostnad

Tabell 1. Struktur for kommunikasjonsplan

Vi vil nå vise steg for steg hvordan man utarbeider innholdet i en kommunikasjonsplan. Eksempelet er hentet fra et prosjekt for å etablere fullelektronisk barnehagesøknad i Halden.

Steg 1: Beskriv kort bakgrunn og hensikt med prosjektet

I praksis betyr dette at man kopierer inn problembeskrivelsen og hensikten med prosjektet. Dette minner oss på hvorfor vi gjør prosjektet og gjør at vi beholder fokus på de viktigste tingene. Tabell 2 viser hvordan dette så ut i Halden.¹

Informasjons og kommunikasjonsplan for ”Fullelektronisk barnehagesøknad i Halden”

Bakgrunn og hensikt:

Barnehagesøknad opptar uhensiktsmessig mye ressurser for Halden kommune. For å redusere kommunens ressursbruk på dette området vil kommunen gå over til en helautomatisk søknadsprosedyre over Internett. Dette skal gjøre prosessen mer effektiv både for kommunen og innbyggerne i Halden. Denne kommunikasjonsplanen skal bidra til at flest mulig av Haldens innbyggere benytter seg av den fullelektroniske søknadskanalen.

Nøkkelinfo	Målgruppe	Virkemidler	Ansvarlig	Tidsrom	Kostnad

Tabell 2. Eksempel på Bakgrunn og hensikt fra Halden

Steg 2: Beskriv hvilke grupper som trenger informasjon

Her må kikke på hvilke grupper som er aktuelle. Dette finner vi ut ved å se på interessentanalysen. Ikke alle personene eller gruppene som er beskrevet i interessentanalysen trenger å inngå i kommunikasjonsplanen. Her er vi særlig på utkikk etter de som trenger målrettet informasjon. Tabell 3 under viser et eksempel på noen som trenger slik informasjon.

Informasjons og kommunikasjonsplan for ”Fullelektronisk barnehagesøknad i Halden”

Bakgrunn og hensikt:

Barnehagesøknad opptar uhensiktsmessig mye ressurser for Halden kommune. For å redusere kommunens ressursbruk på dette området vil kommunen gå over til en helautomatisk søknadsprosedyre over Internett. Dette skal gjøre prosessen mer effektiv både for kommunen og innbyggerne i Halden. Denne kommunikasjonsplanen skal bidra til at flest mulig av Haldens innbyggere benytter seg av den fullelektroniske søknadskanalen.

Nøkkelinfo	Målgruppe	Virkemidler	Ansvarlig	Tidsrom	Kostnad
	Servicesenter				

Tabell 3. Eksempel på målgruppe i kommunikasjonsplan

Steg 3: Beskriv hvilken informasjon de forskjellige målgruppene trenger

I Halden var man enige om at Servicesenteret er viktig for at brukerne skal ta i bruk fullelektronisk barnehagesøknad. For at Servicesenteret har to viktige funksjoner i så måte: 1) Henlede brukernes oppmerksomhet på den fullelektroniske tjenesten og 2) Veilede brukere i den grad det er nødvendig. For å kunne gjøre dette trenger Servicesenteret noe informasjon i forkant. Tabell 4 viser hvilken informasjon prosjektgruppen i Halden mente Servicesenteret burde ha.

¹ I denne versjonen av veilederen har vi ”juksa litt” med vårt Halden-eksempel. Vi savnet noen informasjonselementer og la de inn, så våre venner i Halden vil ikke kjenne seg helt igjen i informasjons- og kommunikasjonsplanen.

Informasjons og kommunikasjonsplan for ”Fullelektronisk barnehagesøknad i Halden”

Bakgrunn og hensikt:

Barnehagesøknad opptar uhensiktsmessig mye ressurser for Halden kommune. For å redusere kommunens ressursbruk på dette området vil kommunen gå over til en helautomatisk søknadsprosedyre over Internett. Dette skal gjøre prosessen mer effektiv både for kommunen og innbyggerne i Halden. Denne kommunikasjonsplanen skal bidra til at flest mulig av Haldens innbyggere benytter seg av den fullelektroniske søknadskanalen.

Nøkkelinfo	Målgruppe	Virkemidler	Ansvarlig	Tidsrom	Kostnad
Fordeler med bruk, hvordan bruke	Servicesenter				

Tabell 4. Nøkkelinformasjon

Steg 4: Beskriv hvordan målgruppen skal få informasjonen den trenger

Det er mange måter å formidle informasjon på. Man kan for eksempel sende ut informasjonsskriv, lage oppslag på tavler, kommunisere via media eller holde informasjonsmøter eller seminarer. I Halden valgte de å holde et seminar med de som arbeider på Servicesenteret slik at denne gruppen kunne få svar på eventuelle spørsmål og på denne måten sikre seg best mulig at Servicesenteret var godt inneforstått med alle relevante forhold angående fullelektronisk barnehagesøknad. Virkemidler føres planen som vist i tabell 5.

Informasjons og kommunikasjonsplan for ”Fullelektronisk barnehagesøknad i Halden”

Bakgrunn og hensikt:

Barnehagesøknad opptar uhensiktsmessig mye ressurser for Halden kommune. For å redusere kommunens ressursbruk på dette området vil kommunen gå over til en helautomatisk søknadsprosedyre over Internett. Dette skal gjøre prosessen mer effektiv både for kommunen og innbyggerne i Halden. Denne kommunikasjonsplanen skal bidra til at flest mulig av Haldens innbyggere benytter seg av den fullelektroniske søknadskanalen.

Nøkkelinfo	Målgruppe	Virkemidler	Ansvarlig	Tidsrom	Kostnad
Fordeler med bruk, hvordan bruke	Servicesenter	Seminar			

Tabell 5. Virkemidler

Steg 5: Angi når kommunikasjonen skal finne sted

Tidspunkt for kommunikasjon er ikke likegyldig. Dersom man er for tidlig ute med informasjon risikerer man at viktige ting glemmes når den enkelte endelig får behov for informasjonen. Er man for sent ute, kan man sette folk (for eksempel Servicesenteret) unødig i klemme ved at de får spørsmål om ting de ikke kan svare på eller brukere benytter ikke en ny god tjeneste simpelthen fordi de ikke vet at den er tilgjengelig. Det er derfor viktig å angi riktig tidspunkt for kommunikasjon. Tabell 6 viser når de mente Servicesenteret burde få informasjon om den nye tjenesten.

Informasjons og kommunikasjonsplan for "Fullelektronisk barnehagesøknad i Halden"

Bakgrunn og hensikt:

Barnehagesøknad opptar uhensiktsmessig mye ressurser for Halden kommune. For å redusere kommunens ressursbruk på dette området vil kommunen gå over til en helautomatisk søknadsprosedyre over Internett. Dette skal gjøre prosessen mer effektiv både for kommunen og innbyggerne i Halden. Denne kommunikasjonsplanen skal bidra til at flest mulig av Haldens innbyggere benytter seg av den fullelektroniske søknadskanalen.

Nøkkelinfo	Målgruppe	Virkemidler	Ansvarlig	Tidsrom	Kostnad
Fordeler med bruk, hvordan bruke	Servicesenter	Seminar		Like i forkant av lansering	

Tabell 6. Eksempel på tidsrom for kommunikasjon

Steg 6: Gi ansvar for kommunikasjonen til bestemte personer

Dersom ingen får ansvar for at kommunikasjonen gjennomføres kan det i verste fall tenkes at dette ikke blir gjort fordi alle tenker at "noen andre gjør det". For å unngå dette gir man en bestemt person ansvar for å gjennomføre kommunikasjonen. Forskjellige personer kan få ansvar for å kommunisere mot forskjellige grupper. I Halden fikk Anders ansvaret for å gjennomføre seminar med Servicesenteret (Tabell 7). Kommunikasjonsplanen skal gi den ansvarlige all nødvendig informasjon for å kunne gjennomføre kommunikasjonen.

Informasjons og kommunikasjonsplan for "Fullelektronisk barnehagesøknad i Halden"

Bakgrunn og hensikt:

Barnehagesøknad opptar uhensiktsmessig mye ressurser for Halden kommune. For å redusere kommunens ressursbruk på dette området vil kommunen gå over til en helautomatisk søknadsprosedyre over Internett. Dette skal gjøre prosessen mer effektiv både for kommunen og innbyggerne i Halden. Denne kommunikasjonsplanen skal bidra til at flest mulig av Haldens innbyggere benytter seg av den fullelektroniske søknadskanalen.

Nøkkelinfo	Målgruppe	Virkemidler	Ansvarlig	Tidsrom	Kostnad
Fordeler med bruk, hvordan bruke	Servicesenter	Seminar	Anders	Like i forkant av lansering	

Tabell 7. Angi ansvarlig person for å gjennomføre kommunikasjon

Steg 8: Vurder kostnaden forbundet med kommunikasjonen

All kommunikasjon har en kostnad, men enkelte ting koster mer enn andre. For eksempel koster det lite å sende ut informasjon via e-post. Oppslag i lokalpresse koster også lite. Velger man derimot en annonsekampanje vil dette ha en høyere kostnad. Et seminar vil også ha en kostnad, blant annet til bespising og tapt arbeidstid. Prosjektansvarlig trenger et kostnadsoverslag for å sikre at det settes av nødvendige midler. I Halden så de for seg at et seminar for Servicesenteret ville koste ca 5 000,- NOK (som vist i Tabell 8).

Informasjons og kommunikasjonsplan for "Fullelektronisk barnehagesøknad i Halden"

Bakgrunn og hensikt:

Barnehagesøknad opptar uhensiktsmessig mye ressurser for Halden kommune. For å redusere kommunens ressursbruk på dette området vil kommunen gå over til en helautomatisk søknadsprosedyre over Internett. Dette skal gjøre prosessen mer effektiv både for kommunen og innbyggerne i Halden. Denne kommunikasjonsplanen skal bidra til at flest mulig av Haldens innbyggere benytter seg av den fullelektroniske søknadskanalen.

Nøkkelinfo	Målgruppe	Virkemidler	Ansvarlig	Tidsrom	Kostnad
Fordeler med bruk, hvordan bruke	Servicesenter	Seminar	Anders	Like i forkant av lansering	5 000,-

Tabell 8. Angi kostnad for kommunikasjon