

# Kommunikationsprogram 2023 - 2026

Östra Nylands välfärdsområde

Kommunikation / version 1.0



*Östra* **Itä UUSIMAA**  
**NYLAND**

Hyvinvointialue  
Välfärdsområde

# Inledning

Detta är Östra Nylands välfärdsområdes första kommunikationsprogram och den sträcker sig till slutet av strategiperioden .

Kommunikationsprogrammet drar upp riktlinjer för målsättningarna för kommunikationen under perioden och vilka delområden det speciellt satsas på.

Förverkligandet av programmet följs upp årligen.

# Nuläge

I början av år 2023 trädde en av de mest betydande förvaltningsreformer i Finlands historia i kraft, då ansvaret för ordnandet av social- och hälsovårdstjänster och räddningsväsendet överfördes från kommunerna till välfärdsområdena.

Den stora reformen och de stundvis starka känslorna den väckte, skapade mångfasetterade utmaningar och en utgångspunkt med många olika behov för kommunikation.

.

# Nuläge

Då välfärdsområdet omfattande Östra Nylands sju kommuner föddes, föddes också ett nytt betydande varumärke.

Att göra varumärket människonära, synlig i deras vardag, är en stor kommunikationsuppgift under de första verksamhetsåren.

Då organisationer sammanslås skapas ett behov av att förena, förenhetliga och skapa nya verksamhetsmodeller.

För kommunikationen inom Östra Nylands välfärdsområde är det en viktig och arbetsdryg uppgift att skapa de bästa möjliga sätten och modellerna för kommunikation inom ett heterogent område.

# Målsättning 2026

- Bilden som välfärdsområdet skapar inom olika intressegrupper är åtminstone neutral. Vi kommunicerar aktivt och förutseende.
- Vår kommunikation är planerad och effektiv. Kommunikationen når olika intressegrupper väl och deras olika behov beaktas.
- Vi har skapat gemensam praxis och gemensamma verksamhetsmodeller och förstår kommunikationens betydelse och dess möjligheter som ett stöd för förverkligande av strategin.

# Omvärlden

Vi lever i ett mediasamhälle där medierna i alla former påverkar det dagliga livet, kulturen, sociala relationer och processer på alla plan i samhället och i privatlivet.

Kommunikationen har i dag också en internationell dimension och i en global kommunikationsomgivning kan nationella och till och med lokala nyheter snabbt bli internationella. Bland de traditionella lokala medierna har det lokala innehållet ändå förstärkts. Man vill skapa journalistiskt innehåll uttryckligen för det egna områdets invånare om det egna områdets invånare och företeelser.

# Omvärlden

Inom kommunikationen blandas de nya och gamla mediernas verksamhetslogik och meddelanden cirkulerar snabbt i olika medier. Det offentliga samtalet utgörs av allt flera röster eftersom vem som helst kan producera och dela innehåll till en allt större publik på de nya medieplattformerna.

Allmänhetens krav på hur öppet och hur snabbt organisationerna kommunicerar ökar ständigt. Speciellt de nya medierna baserar sig på snabbt och snabbt varierande innehåll. Det här har lett till ökad otålighet och allmänheten förväntar sig att fakta, svar och interaktivitet är tillgängliga mycket snabbt. Ifall information inte fås av dess primära ägare, delas vilken "information" som helst som man råkar få tag på. Detta bidrar till att försvaga informationens trovärdighet i ett större perspektiv.

# Omvärlden

Myndigheterna drabbas allt oftare av försök att undergräva deras verksamhet med olika slag av hybridpåverkan.

Syftet med hybridpåverkan är ofta att medvetet förvränga den samhälleliga diskussionen, tillspetsa polarisering och försvaga medborgarnas tillit till myndigheternas verksamhet och deras förmåga att fungera i utmanande lägen. Sociala mediers plattformar bjuder på nya påverkningsmöjligheter för olika aktörer.



# Programperiodens målsättningar

Mål	Mätare	Medel
Invånarna känner till välfärdsområdets verksamhet, vilka tjänster det ansvarar för och hur man söker sig till dem.	Invånarupplevelsen. Användningsmängderna för olika tjänster.	Utveckling av nätservicen. Kommunikationskampanjer. Sociala medier. Utveckling av yttre nyhetsbrev.
Välfärdsområdets personal upplever sig vara en del av den nya organisationen och känner till sin organisations centrala ärenden.	Personaltillfredsställelse. Personalens upplevelse av informationens tillgänglighet.	Utveckling av intranätet. Personalinfon. Utveckling av internt nyhetsbrev.

# Programperiodens målsättningar

MÅL	MÄTARE	MEDEL
Vi är en lockande arbetsgivare för våra egen personal och nya proffs såväl inom Östra Nyland som utanför.	Ansökningsmängder. Synlighet i valda kanaler.	Kampanjer för arbetsgivarbilden. Sociala medier. Mässor.
Användningen av digitala tjänster ökar och invånarna har bra tillgång till information om de möjligheter de digitala tjänsterna erbjuder.	Kundupplevelse. Digitala tjänsternas användarmängder.	Marknadsföringskampanjer för tjänsterna. Sociala medier.

# Kanaler och primära målgrupper

	Barn, ungdom, familjer	Personer i arbetsför ålder	Äldre	Personal	Potentiell personal (arbetsgivarbild)	Intressegrupper
Nätservice	X	X	X		X	X
Intranät				X		
Meddelanden	X	X	X			X
Invånartidning	X	X	X			
Facebook	X	X	X			
Instagram	X	X				
LinkedIn		X			X	X
X						X
Tjänstekanaler på soc.medier	X	X	X		X	X
Nyhetsbrev				X	X	X
Tidningsannonser			X		X	
Digitaal marknadsföring	X	X			X	

# Utvecklingsområden

Välfärdsområdets kommunikation bör utvecklas regelbundet. Förutom en kontinuerlig utveckling av processer, verksamhetsmodeller och det dagliga arbetet, har tre större utvecklingsområden lyfts fram.

## Nät servicen

Tillsammans med vår samarbetspartner utvecklar vi vår nät service under hela programperioden med en modell för kontinuerlig utveckling på strategiskt, taktiskt och operativt plan.

## Intranätet

Under programperioden förnyar vi vårt intranät att ännu bättre tjäna välfärdsområdets olika enheter och varierande personalgrupper. Arbetet har påbörjats med en personalenkät..

## Sociala medier

Planeringen och förverkligande av kommunikation via sociala medier utvecklas i en strategiskt mer målinriktat. Vi strävar efter att rikta mer resurser för kommunikation i sociala medier.



*Östra* **UUSIMAA**  
*Itä* **NYLAND**

Hyvinvointialue  
Välkädsområde