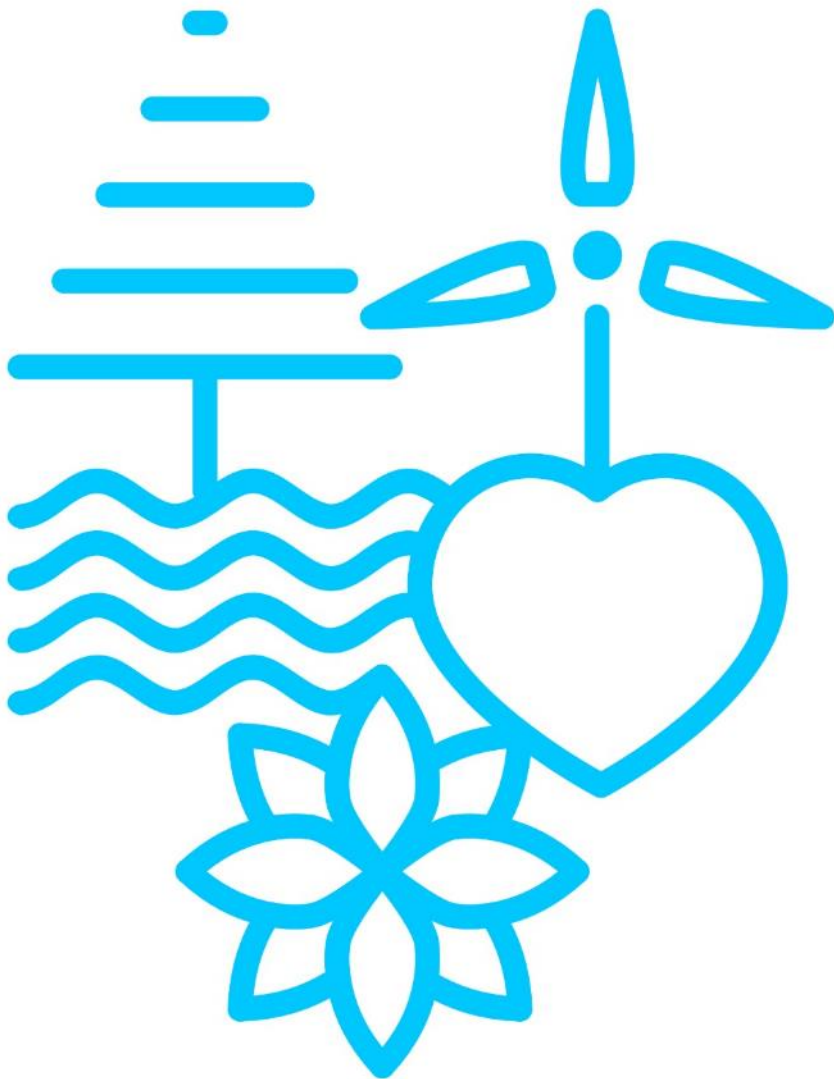




Marker kommune
Mulighetene er mange



Informasjons- og kommunikasjonsstrategi

Vedtatt i kommunestyret 29.01.2019, sak 19/006

Innhold

Innledning.....	3
Bakgrunn.....	3
Mål og målgrupper.....	6
Mål.....	6
Målgrupper.....	8
Kommunikasjonsmål eksternt.....	8
Kommunikasjonsmål internt.....	8
Prinsipper og forutsetninger.....	9
Ansvar og organisering.....	10
Strategier og tiltak.....	11
Ekstern kommunikasjon.....	11
Intern kommunikasjon.....	12
Omdømmearbeid.....	13



Innledning

Marker kommune har utarbeidet en informasjons- og kommunikasjonsstrategi som skal sikre helhet og sammenheng i kommunens informasjons- og kommunikasjonsarbeid, og være en veileder i arbeidet for kommunens ansatte.

Informasjon er kunnskap som formidles ved hjelp av ulike former for kommunikasjon mellom mennesker.

Kommunikasjon er all adferd som har det som funksjon å overføre informasjon fra et individ til en annen.

Informasjonen er således innholdet og kommunikasjonen måten vi gjør det på.

Med informasjon og kommunikasjon forstås i denne sammenheng både eksternt til våre brukere, samarbeidspartnere og omverdenen for øvrig, men også i forhold til hverandre internt i organisasjonen og mellom politikere og ansatte.

Bakgrunn

Marker kommune som organisasjon kommuniserer nesten kontinuerlig med virksomheter, grupper og enkeltpersoner. Dette gjøres gjennom personlige møter, telefoni, media eller digitale kanaler. Hver dag formes inntrykket av kommunen gjennom et mangfold av mennesker og budskap.

God dialog er en forutsetning for et godt forhold og avklarte forventninger mellom kommunen, innbyggerne og samarbeidspartnere. Gjennom dette dokumentet ønsker vi å sikre felles forståelse og utgangspunkt for kommunens informasjons- og kommunikasjonsarbeid. Strategien definerer mål, prinsipper og legger forutsetningene for kommunikasjonsarbeidet, og skal også bidra til at kommunikasjon brukes som et virkemiddel for at kommunen når sine øvrige mål. I tillegg til dette dokumentet er det utarbeidet et nytt grafisk design med veileder som utdyper det visuelle uttrykket i kommunikasjonen.

Strategien skal brukes av folkevalgte og ansatte som kommuniserer på vegne av Marker kommune. Kommunens verdigrunnlag skal legges til grunn også i dette arbeidet.

Visjon

Mulighetene er mange er kommunens visjon og skal prege vår måte å tenke og kommunisere på. I dette ligger løsningsorientering og evne og vilje til å tenke nytt.

Kommunens verdier «**trygghet, trivsel og respekt**» skal alle kommunens ansatte og folkevalgte kjenne, og de skal prege vår adferd når vi opptre på vegne av kommunen. Dette skal legge føringer både for kommunikasjonen og den informasjonen som vi formidler.



Verdier

Med **trygghet** menes å ville hverandre vel, tåle ulikhet, bidra til at andre når sine mål, gjøre hverandre gode og gi/ta konstruktiv kritikk, samt at innholdet uten unntak skal være korrekt og etterprøvbart.

Med **trivsel** menes å vise begeistring, engasjere, skape sammen, dele kunnskap og erfaringer, jakte på de beste løsningene, vise stolthet og bidra til å skape et best mulig lokalsamfunn for alle.

Med **respekt** menes å snakke positivt om og snakke med, vise interesse og forståelse for andres arbeid, oppfatninger og verdier, møte presis og forberedt, lytte til det som sies og levere til frister.

Marker er en MOT-kommune der MOT til å leve, MOT til å bry seg og MOT til å si nei også skal vises i vår atferd.

Omdømme

Omdømme er summen av oppfatninger som ulike grupper har av oss, de egenskaper de tillegger oss, de dommer de feller over oss – kort sagt alle de historier som fortelles om oss.

Nøkkelen til godt omdømme ligger i å etablere gode relasjoner til omverdenen, hvor bygging av identitet og holdninger er langt viktigere enn logoer og symboler.

“If you take care of the inside, the inside will take care of the outside.”

Kommunens omdømme er i stor grad avhengig av at det er samsvar mellom forventningene innbyggerne har til oss, og kvalitet og omfang på de tjenestene vi leverer - samsvar mellom hva vi kommuniserer og hva vi leverer. Marker kommunes omdømme er således sterkt påvirket av hva kommunen gjør, men også hva kommunen formidler og hvordan vi formidler det.

Å ha et bevisst forhold til informasjon og kommunikasjon er avgjørende for å oppfylle rollen som tjenesteyter, myndighetsutøver og samfunnsutvikler. God og åpen kommunikasjon er også kilden til godt lokaldemokrati og gjensidig tillit.

Hvem er våre målgrupper/interessegrupper?

Hvordan snakker de om oss?

Hva er viktig for dem?

Hvordan kommuniserer vi med dem?

Hvordan øke vår relevans hos dem?

Det er viktig at omverdenen opplever en kommune som spiller en aktiv rolle i arbeidet med å utvikle tilbud og tjenester til beste for kommunens innbyggere og næringsliv. Vi skal være et attraktivt lokalsamfunn der innbyggerne finner seg til rette og trives. Vi skal være preget av åpen dialog og korte beslutningsveier, men dette skal ikke gå på bekostning av vår troverdighet.

Vi ønsker å fremstå som en attraktiv kommune og hvert år flytter mange nye mennesker til Marker. Disse representerer alle aldersgrupper og brukergrupper, og alle har rett til ulike tjenester levert av kommunen, noe som selvfølgelig også gjelder de som har bodd her lenge. Å levere tjenesten alene er ikke nok - de har også en rett til å få vite om tjenestene kommunen leverer, og hvilken standard disse holder. Skal kommunen innfri retten til å vite, må kommunen kommunisere forståelig og på en måte som blir sett og hørt.

Kriterier	Marker kommune	Omdømmet
Tjenestene	Hvordan oppfatter vi kvaliteten på tjenestene?	Hva sier brukerne – og innbyggere som ikke er brukere?
Tilpasningsdyktighet	Er vi nytenkende – hvordan?	Oppfattes vi å være nytenkende?
Trivsel	Er vi stolt av å jobbe i kommunen?	Har innbyggerne et positivt inntrykk?
Redelighet og åpenhet	Hva er åpenhet for oss i kommunen?	Oppfattes vi å være åpne?
Samfunnsansvar	Hvordan tar vi samfunnsansvar?	Oppfatter innbyggerne at vi går foran på dette område?
Tydelig visjon og god ledelse	Hvordan oppfatter vi at vår virksomhet ledes? Visjon?	Hvordan oppfatter innbyggerne at kommunen ledes?
Økonomi og resultat	Disponerer vi økonomiske rammer riktig?	Hvordan oppfatter innbyggerne at vi disponerer vår økonomi

Digitalisering gir muligheter og utfordringer og endringen skjer raskt. Vi må forvente at det fortsatt vil skje store endringer i hvordan mennesker i et moderne mediasamfunn mottar og bruker informasjon. Den raske utviklingen av digitale kommunikasjonsverktøy gjør at vi ikke lenger bare kan tenke tradisjonelt og hierarkisk når vi kommuniserer. Vi må tenke kultur og holdninger og bruke de samme verktøyene og kanalene som omgivelsene. I enda større grad enn før vil folk forvente å ha en personlig dialog med kommunen. Med personlig dialog menes nødvendigvis ikke et personlig møte, men «Min side» eller andre former for dialog der innhold er brukerspesifikt.

Forventningene om å få tilgang på informasjon raskt og i ulike kanaler vil fortsette å øke, og endringen skjer raskere enn vi klarer å endre våre planer og strategier. Derfor er holdningene våre til åpenhet og informasjon viktigere enn hvordan kommunikasjonen foregår.

Mål og målgrupper

Mål

Hovedmålet for Marker kommunes informasjons- og kommunikasjonsarbeid

1. Innbyggerne skal gis best mulige forutsetninger for å nyttiggjøre seg kommunens tjenester, ha dialog med kommunen og engasjere seg i prosesser for å utvikle kommunen.
2. Informasjon og kommunikasjon skal brukes aktivt for å bygge kommunens omdømme.

Kvantifiserbart mål

Marker kommune skal i Forbrukerrådets kommunetest oppnå minst 70 poeng.

I kommuneplanen er vedtatt følgende overordnede mål for samfunnsutviklingen

1. Fornøye innbyggere
2. Opprettholde vårt lokalsamfunn
3. Utnytte vårt potensiale

I noen andre sammenhenger er dette uttrykt slik

«Gjennom engasjement og deltakelse vil vi arbeide for å utvikle et attraktivt lokalsamfunn der folk finner seg til rette og trives, og der menneskene og de naturgitte ressursene er i sentrum.»

Dette speiler på en god måte vår visjon og våre verdier. Marker kommune er også en MOT-kommune og verdiene som formidles der skal prege hele vår organisasjon og omgang med andre mennesker:

- **Jobbe i forkant:** å bygge kultur, være forberedt og kommunisere tydelig og oppriktig
- **Ansvarliggjøre kulturbyggere:** bevisstgjøre mennesker på sitt ansvar som rollemodeller, for at de skal inkludere alle
- **Forsterke det positive:** å være mulighetsfokuset, plante positive forventinger, å finne det beste i mennesker og situasjoner
- **Se hele mennesket:** trene mennesker på å vise bakgrunnsforståelse, være nysgjerrig på forskjeller og se på ulikheter hos mennesker som en ressurs.

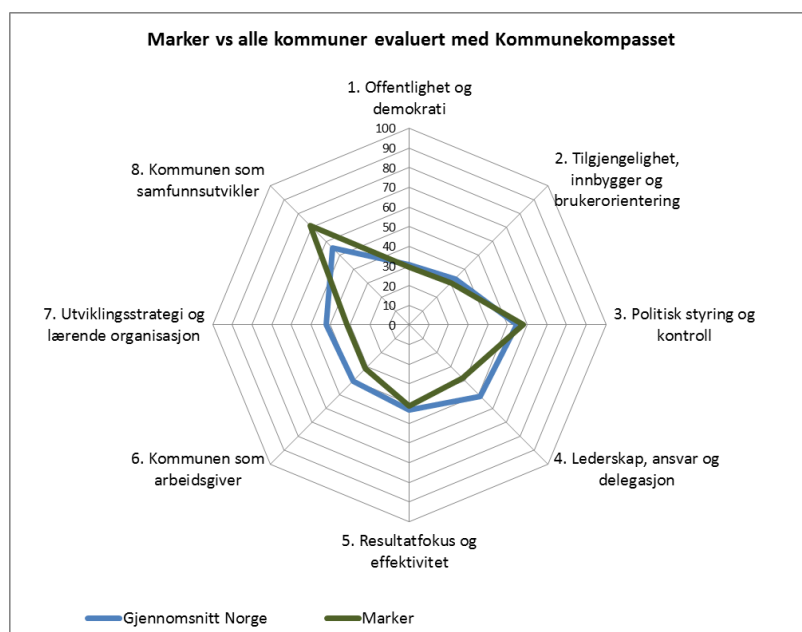
Marker kommune skal sørge for at innbyggerne vet hvor de kan henvende seg for å få informasjon om sine rettigheter, plikter og muligheter. Kommunens virksomheter skal sørge for at all informasjon er tilgjengelig og forståelig. Det skal gå tydelig fram hvem som er avsenderen og at det kan gis nødvendig veiledning og hjelp.



Det skal være gode arenaer og kommunikasjonskanaler internt i organisasjonen, mellom kommune-organisasjonen og folkevalgte, innbyggere og samarbeidspartnere. Barn og ungdom må spesielt stimuleres til demokratiforståelse og deltakelse.

Marker kommune har gjennom tid oppnådd gode resultater på ulike målinger knyttet til informasjon og kommunikasjon og vi ønsker å forsterke dette ytterligere. Marker kommune benytter mange av de teknologiske muligheter som finnes og har slik styrket sin kommunikasjon med innbyggerne.

Gjennomføring av Kommunekompasset viste imidlertid et stort forbedringspotensial på områdene «Offentlighet og demokrati» og «Tilgjengelighet, innbygger- og brukerorientering», som var de områdene kommunen fikk dårligst uttelling. I rapporten er det pekt på en rekke konkrete områder og tiltak som kan bidra til å forbedre kommunens resultater på disse områdene.



Målgrupper

Kommunikasjonsarbeid skal være målgrupperettet, noe som betyr at kommunikasjon skal være tilpasset målgruppene og være tilgjengelig i flere kanaler. Det innebærer at vi må avklare hvem som til enhver tid er relevante målgrupper og vite hvordan vi når dem.

Publikums ønske om å få tilgang på informasjon raskt og i ulike kanaler vil fortsette å øke. I enda større grad enn før vil vi møte forventninger om personlig dialog med både administrasjon, ordfører og folkevalgte, og vi må ha en avklart holdning til hvor tilgjengelig vi skal være med hvilken informasjon.

Marker kommunes viktigste målgrupper i kommunikasjonsarbeidet er:

- alle som bor og/eller arbeider i kommunen
- øvrige brukere av kommunens tjenester
- media
- næringslivet
- frivillige/organisasjoner/foreninger
- andre samarbeidspartnere
- besøkende
- nasjonale og regionale myndigheter
- potensielle tilflyttere og etablerere
- egne ansatte
- politikere

Kommunikasjonsmål eksternt

Vår eksterne informasjon og kommunikasjon skal bidra til å

- gjøre innbyggerne kjent med kommunens tjenestetilbud og sine rettigheter
- gi innbyggerne realistiske forventninger
- skape engasjement og interesse hos innbyggerne
- gi mulighet for påvirkning og deltakelse
- vise fram Marker som en attraktiv kommune å besøke, bo i og jobbe i
- vise kommunens samfunnsansvar knyttet til miljø, klima, integrering og mangfold

Kommunikasjonsmål internt

Vår interne informasjon og kommunikasjon skal bidra til å

- gi våre ansatte kunnskap om kommunens samlede virksomhet
- legge til rette for utstrakt deling av kunnskap og informasjon på tvers av fagområder
- bevisstgjøre ansatte som gode ambassadører for sin arbeidsplass og for kommunen som helhet
- øke bevissthet om og respekt for hverandres arbeid og innsats
- spre glede og engasjement i organisasjonen

Prinsipper og forutsetninger

“Folk som snakker sammen, skaper sammen”

Derfor vil vi stimulere til samspill mellom innbyggere, medarbeidere, frivillige og lokalt næringsliv for å ha fornøyde innbyggere, opprettholde vårt lokalsamfunn og utnytte Markersamfunnets potensiale.

Følgende prinsipper gjelder for kommunens kommunikasjon med sine omgivelser:

- Åpenhet:** I sin kommunikasjon skal Marker kommune være åpen, tydelig og tilgjengelig. Kommunikasjonen skal være pålitelig og lettfattelig. Kommunen skal følge prinsippet om meroffentlighet.
- Aktiv:** Aktiv informasjon og kommunikasjon om innbyggernes rettigheter, plikter og muligheter skal benyttes for å sikre deltakelse og engasjement.
- Medvirkning:** Marker kommune skal involvere innbyggere, organisasjoner og næringsliv i sitt arbeid som samfunnsutvikler og når tjenester skal etableres, driftes og evalueres.
- Tilgjengelig:** Marker kommune skal innhente kunnskap om de ulike målgruppenes informasjonsbehov og forutsetninger, og tilpasse informasjon og kommunikasjon til de gruppene man skal nå.
- Tydelig:** Avsender skal være tydelig i all vår kommunikasjon, og som hovedregel skal Marker kommunes navn, kommunevåpen og profil benyttes.
- Enkel:** De ansatte bruker et enkelt og forståelig språk slik at man sikrer forståelse av budskapet hos innbyggerne eller dem det gjelder
- Kontinuerlig:** Kommunikasjonsstrategien følges opp i kommuneplan, budsjett og de enkelte virksomheters planer og arbeidsmål

Ansvar og organisering

Informasjons- og kommunikasjonsstrategiens prinsipper bygger på den statlige kommunikasjonspolitikken og kommunikasjonsplakaten kan i sin helhet leses [her](#)

Kommunikasjonsansvaret er fordelt slik:

- Lederansvar – kommunikasjon er et lederansvar. Kommunikasjon og informasjon skal være integrert i kommunens plan- og styringsdokumenter
- Linjeansvar – kommunikasjonsansvaret skal følge linjeprinsippet. Den som har ansvaret for en tjeneste/enhet, har også ansvaret for informasjon og kommunikasjon knyttet til enheten
- Kommunikasjonsoppgavene er delt mellom rådmann og organisasjon, slik:
 - ordfører uttaler seg på vegne av Marker kommune, i tillegg til å være folkevalgt.
 - rådmann og kommunalsjefer uttaler seg om strategiske og prinsipielle forhold, og om forhold av prinsipiell eller alvorlig karakter
 - virksomhetsledere uttaler seg om egne tjenester og egen enhet, med mindre saken er løftet til rådmannen
 - ansatte kan gi faktaopplysninger fra egen enhet/eget fagområde
- Under kriser gjelder egne regler
- I katastrofesituasjoner har ordfører kommunikasjonsansvaret i samarbeid med kommunikasjons- og informasjonsansvarlig.
- For ytringer på sosiale medier vises det til kommunens veiviser for sosiale medier.

Strategier og tiltak

Ekstern kommunikasjon

INNHold: Kommunikasjonsarbeidet skal

- være offensivt, skape engasjement og bidra til deltakelse i beslutningsprosesser
- legge til rette for innsyn og meroffentlighet
- tilrettelegge for at innbyggerne kjenner til sine rettigheter og plikter og tilbud i kommunen
- tilrettelegge møteplasser og arenaer for dialog
- informere aktivt om bruk av løsninger for selvbetjening og innsyn
- framstå som tidsriktig og brukervennlig og gi informasjon som er oppdatert, relevant og tidsnok
- være planlagt og synliggjøre kommunens resultater

derfor skal vi

- oppfylle informasjonsplikten vi har fått tildelt gjennom størst mulig grad av åpenhet
- være oppdaterte og ta i bruk nye medier, samtidig som vi sikrer at informasjonen når ut til alle brukergrupper
- lytte aktivt i relevante kanaler for å fange opp viktige tilbakemeldinger
- aktivt legge til rette for at media får tilgang til informasjon om kommunens virksomhet
- engasjere både unge og eldre, og involvere nyinnflyttede til kommunen
- raskt formidle viktige og presise budskap i krisesituasjoner. Egen kriseportal settes inn i krisekommunikasjonen i tilfeller der den ordinære nettsiden er ute av drift
- være offensive i forhold til å markedsføre kommunen for bosetting, besøk og etablering

FORM: Informasjonen fra kommunen skal

- ha en form som gjør at flest mulig forstår den og kan bruke den
- være relevant, kort og enkel
- være etterrettelig og presis
- unngå byråkratspråk som kan gjøre det vanskelig å forstå budskapet
- gjøres tilgjengelig på flere språk ved ekstra viktig informasjon
- gjennom bruk av felles grafisk profil tydeliggjøre at Marker kommune er avsender uansett hvilken del av kommunen som informerer

derfor skal vi:

- skrive i klarspråk
- sikre gode rutiner for håndtering av henvendelser og tilbakemeldinger
- vurdere fortløpende nye eller alternative kanaler å kommunisere gjennom
- sikre tilgjengelighet for alle brukergrupper
- ha tydelig avsender med felles enhetlig visuell profil. Kommunens vedtatte grafiske profil skal brukes for å sikre gjenkjennelighet.

KOMPETANSE: Kommunens ansatte skal

- være bevisste på betydningen av å gi god informasjon
- vise høyt presisjonsnivå, ha respekt for budskapetets mottakere og tilstrebe åpenhet
- ha god kommunikasjonsfaglig kompetanse for å møte utfordringene i et mediasamfunn
- rådføre seg med andre i saker som kan resultere i mye mediedekning eller som har stor betydning for de ansatte

derfor skal vi:

- være oppdaterte på kunnskap om og bruk av relevante kommunikasjonsverktøy
- ha kompetanse og forståelse for klarspråk og søke kompetanse
- være innovative i bruken av dem og videreutvikle og forbedre innbyggerdialogen
- være bevisste og trygge på bruken av sosiale medier

Intern kommunikasjon

Den interne kommunikasjonen på tvers av og innad i enhetene er viktig og nødvendig for å lykkes med samarbeid og for nå felles mål. God intern kommunikasjon setter medarbeiderne i stand til å gjøre en god jobb og virker positivt på lojaliteten til organisasjonen og forståelsen for hverandres jobb.

En organisasjon preget av åpenhet og delingskultur bidrar til gode arbeidsplasser, god tjenesteyting, tillit, motivasjon og trivsel. Den interne informasjonsflyten skal ha høy prioritet, samtidig som den enkelte ansatte skal bevisstgjøres på sitt ansvar for aktivt å søke informasjon som påvirker eget arbeidsfelt.

Det interne kommunikasjonsarbeidet skal

- sørge for at lederne er de ansattes førstevalg som informasjonsformidlere
- bruke digitale kanaler for å nå egne ansatte med informasjon
- legge til rette for dialog og medvirkning
- legge til rette for kunnskapsdeling og samhandling på tvers

derfor skal vi

- tilrettelegge for dialog og møteplasser
- ta i bruk relevant teknologi for å fremme delingskultur og digital utvikling
- bruke intranett som en viktig kanal for felles interninformasjon
- bevisstgjøre lederne til å ta et særlig ansvar for samarbeid og deling
- oppmuntre og ansvarliggjøre ansatte til selv å søke informasjon og kunnskap
- så langt det er mulig informere internt før eksternt

Omdømmearbeid

Ordfører og alle ansatte er ambassadører for Marker kommune gjennom sitt daglige arbeid og virke. Kommunens omdømme skapes gjennom de inntrykkene innbyggerne hver dag får i sin kontakt med kommunen.

Omdømmearbeidet skal vise at kommunen er

- en medvirkende kraft i arbeidet for et attraktivt lokalsamfunn
- effektiv og serviceorientert i sin saksbehandling
- forutsigbar og profesjonell leverandør av tjenester
- et attraktivt sted å jobbe, besøke og etablere seg

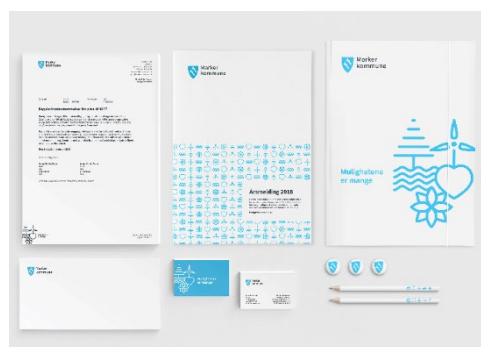
derfor skal vi

- synliggjøre kommunenes rolle som tilrettelegger og partner for næringslivet, dele kommunale planer og medvirkningsprosesser, synliggjøre utvikling av områder for næringsetablering og boligbygging og arbeidet med byutvikling og identitet
- benytte kreative metoder for å involvere og engasjere kommunens innbyggere
- vektlegge behandlingstid og god service i saksbehandlingen
- jobbe for at tjenestene kommunen leverer skal oppleves som gode av brukerne, samtidig som vi er forutsigbare, nytenkende og innovative
- markedsføre kommunen som attraktiv arbeidsgiver
- synliggjøre at medarbeidere og ledere gjennom utførelsen av sitt arbeid hver dag er ambassadører for Marker kommune
- belønne og tilrettelegge lokalt engasjement og kreativitet

Verktøy

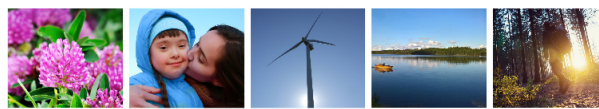
Det er ønskelig at Marker kommune skal fremstå enhetlig utad, med et felles grafisk uttrykk. Derfor skal vi i presentasjoner, visittkort, epostsignaturer og annet benytte oss av en designmanual. I denne finner vi

- Logo
- Maler
- Farger
- Fonter
- Bildebruk
- Grafisk profil



Grafisk veileder/designmanual kan leses her

<http://markerprofil.sommersethdesign.no>



BILDE SYMBOLISERER	BILDE SYMBOLISERER	BILDE SYMBOLISERER	BILDE SYMBOLISERER	BILDE SYMBOLISERER
<ul style="list-style-type: none">• Kommuneblostmot: rødkløver• Enger• Vekstkraft• Miljø• Spirende liv• Samspill	<ul style="list-style-type: none">• Omsorg• Trygghet• Folk som snakker sammen, skaper sammen• Kjærlighet for stedet• Bankende hjertes for natur, kultur- og idrett• Vennskap	<ul style="list-style-type: none">• Framtidstro• Innovasjon• En moderne kommune• Infrastruktur• Teknologi• Næringsliv	<ul style="list-style-type: none">• Sjøer• Kanal• Sluser• Fiske• Rent og friskt• Trivsel	<ul style="list-style-type: none">• Skog• Natur• Friluftsliv• Frisk luft• Sillhet• Rekreasjon



Kanalvalg

Personlig møte

De ansatte møter brukerne gjennom sitt arbeid hver dag. De er den største kontaktflaten kommunen har med sine innbyggere, og den viktigste kommunikasjonskanalen. ”Ansikt til ansikt” er den kommunikasjonsformen som har størst gjennomslagskraft. I det personlige møtet ligger det unike muligheter for å kunne forklare nærmere og sjekke om budskapet blir forstått. Både ledere og ansatte må være svært bevisst på hvordan denne kommunikasjonskanalen brukes og hva som formidles i det personlige møtet.

Servicetorget

Servicetorget yter tjenester til dem som ikke kan nyttiggjøre seg informasjon på nett, eller som har spørsmål som i sitt innhold ikke er enkelt å håndtere på nett. Det er viktig at det er sammenheng mellom informasjonen på nettsidene og den informasjonen Servicetorget gir. Den enkelte virksomhet har ansvaret for at servicetorget alltid holdes oppdatert om viktige begivenheter og om endringer i tjenestetilbudet til kommunen.

Digitalt først

Digitale kanaler er førstevalget i et samfunn der de aller fleste har tilgang på PC og mobil. Hvis noe informasjon blir publisert både digitalt og på papir vil det digitale alltid være først ute, og være mulig oppdatere raskere. Trykte publikasjoner skal benyttes i mindre grad, og digitale flater skal være vårt førstevalg. Dette skal imidlertid ikke være til hinder for at en i spesielle tilfeller benytter seg av mer tradisjonelle kanaler.

Nettside

En god nettside er kommunenes prioriterte informasjonskanal. Informasjon gjennom andre kanaler skal også være tilgjengelig på nettsiden. Marker skal hevde seg godt på Forbrukerrådets måling av kommunal tilgjengelighet.

Sosiale medier

Sosiale medier møter innbyggerne «der de er», og gir rom for aktiv informasjon og tilbakemeldinger/innsspill. Dette benyttes i stor grad for å forsterke og spre ulike budskap som skal nå mange. Sosiale medier egner seg også til å skape engasjement om en sak, eller å skape oppmerksomhet rundt ulike arrangement. Facebook og Instagram skal benyttes aktivt.

Lokalavis

Smaalenene er Marker kommunes lokalavis og skal benyttes ved annonsering, i hovedsak skal fellesannonser benyttes.

Intranett

Kommunens ulike intranettløsninger er viktige kanaler for ansatte, og bør benyttes aktivt for å nå den enkelte ansatte i hver kommune.

E-post

E-post bør benyttes i direkte kommunikasjon til folkevalgte, ansatte og samarbeidspartnere når det er nødvendig. Man kan også vurdere om informasjon i e-post kan publiseres i andre digitale kanaler - dersom det gjelder generell informasjon. SMS kan også benyttes aktivt for raskt å nå mange for å minne om informasjon (lenke) som er lagt ut på nett.

Befolkningsvarsling

Kommunen benytter seg av Varsling 24 som kan nå alle innbyggere eller utvalgte grupper av innbyggere via sms, mail og fasttelefon

Bilder

Bilder som brukes uten begrensning finnes her <https://www.skyfish.com/p/markerkommune/all-files>

