
Metode: Brug 10 minutter
og vælg den rigtige
kanal til din opgave

KANALSTRATEGI: VÆLG DE RIGTIGE KANALER TIL AT LØSE DIN OPGAVE

Kanalstrategien:

Måske den korteste strategi, du har set? Selve strategien er kun 20 linjer lang og er suppleret af 7 hjælpespørgsmål, som kan gøre dig klogere på din opgave samt en oversigt over de mange kanaler, vi har som kommune og de fordele og ulemper, der er ved hver kanal.



AI-genereret billede.

Forord

Måske er dette den korteste strategi, du har set? Faktisk er selve strategien kun 20 linjer lang.

Vi skal være effektive i vores kanalvalg. Derfor er mit forord også kort.

Udover strategien består dette dokument også af en række hjælpespørgsmål, som guider dig i mål med din opgave.

Bagerst finder du en lidt længere gennemgang af de forskellige kanaler, vi har til rådighed som kommune og de fordele og ulemper, der er ved de enkelte kanaler.

God arbejdslyst!

Henrik Nielsen
Kommunaldirektør

Kanalstrategien: Vælg de rigtige kanaler til at løse din opgave

Denne strategi hjælper dig til at vælge de rigtige kanaler. En kanal er det medie eller den platform, vi bruger til at løse en kommunikationsopgave mellem en eller flere parter.

Strategien er først og fremmest et værktøj, du kan bruge på nye opgaver, eller hvis du vil lave et servicetjek på eksisterende opgaver.

Udgangspunktet for Stevns Kommunes kanalvalg skal altid være at skabe en imødekommende, effektiv og sammenhængende kommunikation med udgangspunkt i både vores egne og brugernes/borgernes behov.

Formål



Sikre at alle borgere kan mestre eget liv og tilværelse.



Øge brugen af digitale selvbetjeningsløsninger, når det giver mening.



En sammenhængende kommunikation: Sørge for, at kommunikationen er ensartet og brugervenlig på tværs af kanaler.

Metode: Brug 10 min. og vælg den rigtige kanal

Hjælp dig selv til at vælge den bedste kanal ved at svare på en række hjælpespørgsmål. Når du har svaret på spørgsmålene, får du lettere ved at vælge de kanaler, som passer til din opgave:



1. Hvad er formålet?

Vil du informere? Skabe dialog? Få nogen til at gøre noget?

>> Har målgruppen behov for at vide det, du fortæller? Glæder de sig til det? Jo mere du vil flytte målgruppen, jo mere betyder de kanaler, du vælger.



2. Hvem er målgruppen?

Borgere? Foreninger/virksomheder? Kolleger?

>> Har de særlige præferencer for kanaler – f.eks. analoge frem for digitale? Tilpas også dit kanalvalg til dem og ikke kun til dig selv.



3. Hvor kompleks er opgaven?

Let? Svær? Følsom? Konfliktfyldt?

>> Jo mere komplekst eller følsomt dit budskab er, jo mere direkte og personlig kommunikation skal du vælge.



4. Hvad koster det – tid og penge?

Mail? Telefon? Møde? Selvbetjening?

>> Billigst er ikke altid bedst – men tænk effektivt. Undgå f.eks. mailkorrespondancer med mange svar frem og tilbage.



5. Kan det klares digitalt?

Tryghed? Præferencer? Behov for hjælp?

>> Digitalt er godt – men ikke nødvendigvis for alle mennesker eller i sager med mange følelser.



6. Hvor hurtigt skal det gå?

Deadlines? Forventninger?

>> Hurtige sager kræver hurtige kanaler.



7. Hvad giver den bedste oplevelse?

Nemhed? Tryghed? Hastighed?

>> Et fyldestgørende og meningsfuldt første svar giver færre opfølgende kontakter.

HUSK: Et godt kanalvalg hjælper din modtager med at forstå og handle, så du opnår dit mål.

Hvordan bruger vi de forskellige kanaler?

Stevns Kommune råder over stærke interne og eksterne kommunikationskanaler, der kan nå alle borgere i kommunen.

Hovedreglen er, at kommunens kanaler er forbeholdt kommunens *egne* budskaber, og at vi ikke bærer samarbejdspartneres budskaber ind på vores kanaler med mindre, vi kan give historien en lokal vinkel.

Her følger en kort beskrivelse af hver kanal samt de fordele og ulemper. Rækkefølgen er ikke prioriteret:

Hjemmesiden **stevns.dk**

Her starter mange borgere, når de skal finde information eller betjene sig selv. Mange finder frem til indholdet via Google. Hjemmesiden er et godt sted at placere den information, som borgerne skal bruge for at komme godt i gang med f.eks. at bestille pas eller lave en byggesag.

Hjemmesiden er god til at rumme statisk indhold af opslagslignende karakter og adgang til digitale selvbetjeningsløsninger. Hjemmesiden er ikke god til dialog og hurtig information, brugerne har behov for her og nu.

NB. På stevns.dk har vi en kalender, som indeholder åbne, kommunale begivenheder og møder. Husk at orientere webredaktionen (www@stevns.dk) om borgermøder, events osv., som er åbne for alle.

Fordele:

- Tilgængelig 24/7 via alle enheder
- Kan altid og hurtigt opdateres
- Kan let søgeoptimeres og gøres tilgængeligt for et bredt publikum

Ulemper:

- En stor og kompleks hjemmeside kan være svær at finde rundt på
- Kræver strøm, internetadgang og digital fortrolighed
- Ingen direkte dialog

Kridthuset (intranet)

Kridthuset er Stevns Kommunes interne platform, hvor de ansatte kan finde relevant information, nyheder, procedurer, vejledninger og adgang til interne systemer. Intranettet bruges primært til at understøtte den interne kommunikation og sikre, at de ansatte har adgang til de oplysninger, de skal bruge i deres daglige arbejde. Kridthuset egner sig især til bred, ensartet information og opdateringer, som ikke kræver dialog.

Fordele:

- Tilgængeligt 24/7 for (næsten) alle ansatte og kan tilgås fra både computer og mobile enheder

- God til at samle statisk information som faste procedurer, vejledninger og nyheder ét sted
- Understøtter videndeling og ensartet information på tværs af organisationen

Ulemper:

- Kræver, at de ansatte selv opsøger informationen – der er ingen garanti for, at budskaber bliver læst. Nogle ansatte kan føle sig langt væk fra et centralt intranet
- Der er risiko for, at informationen drukner, hvis intranettet ikke er struktureret og opdateret løbende
- Ikke egnet til følsomme eller fortrolige oplysninger og er ikke velegnet til dialog

SMS

En SMS lander direkte hos den enkelte modtager uden filter, og kan typiske bruges ved behov for lynhurtig kommunikation, påmindelser mv. En sms bør ikke kunne besvares, da vi ikke skal sagsbehandle via sms.

En SMS bør altid være kort.

NB. Personfølsomt indhold må ikke optræde i en sms.

Fordele:

- Hurtig og direkte kommunikation, som modtageren næsten altid vil se hurtigt
- God til korte, præcise beskeder og påmindelser
- Høj åbningsrate, da folk ofte tjekker deres sms'er hurtigt

Ulemper:

- Kan kun indeholde en relativt lille tekstmængde
- Kan virke påtrængende, hvis modtageren ikke selv har bedt om informationen
- Masse-udsendelser rammer også børn/modtagere uden for målgruppen
- SMS er uegnet til komplekse diskussioner eller ligefrem uenigheder

E-mail

God til den personlige kontakt – især opfølgninger, som kræver konkrete svar og aftalebeskrivelser. Husk at være så direkte og konkret, som muligt. En e-mail kan både rumme korte og lange, komplekse tekster.

NB. Husk at sende sikkert, hvis du har personfølsomme oplysninger i dit indhold.

Fordele:

- Er god til både korte og længere beskeder. Man kan vedhæfte filer.
- Kan nemt personaliseres eller målrettes større grupper.
- Mange bruger e-mails dagligt, hvilket gør det til en bredt, accepteret kommunikationsform

Ulemper:

- Nogle sorterer mails hårdt, eller læser ikke mails regelmæssigt, hvilket giver en risiko for sletning uden læsning. Eller e-mailen ryger i spamfilteret.
 - E-mails kan let forveksles med en personlig samtale og hurtigt gå fra hygge til diskussion.
 - E-mails er uegnet til konflikthåndtering.
-

Facebook (sociale medier)

Fortæller den personbårne historie og er god til f.eks. at sætte ansigt på et emne. Kan skabe opmærksomhed om et emne, men sjældent stå alene i f.eks. kampagner. Facebook er et *socialt* medie, og fungerer markant bedre, når der er et menneske på historien. Herudover er Facebook meget velegnet til hurtig formidling i f.eks. krisesituationer, hvor der er et oplevet behov for information.

NB. Husk, at ingen må oprette nye sider eller grupper uden at rådføre sig med Udvikling & Kommunikation.

Fordele:

- Tilgængelig 24/7 via alle devices
- Den bedste kanal til at fortælle den gode, hverdagshistorie i
- Er god til dialog med brugerne – hvis de er interesserede i emnet
- Indhold kan publiceres meget hurtigt og potentielt blive viralt

Ulemper:

- Ikke alle målgrupper er på Facebook
 - Der kan hurtigt opstå (meget) kritisk feedback. Kræver løbende overvågning og evt. moderering ift. den gode tone
 - Sociale medier er fyldt med fake news som kan give kanalen en lavere troværdighed
 - Facebooks algoritmer modarbejder sideres virale spredning
-

Video

Video er en meget stærk kanal, når den bruges rigtigt til f.eks. den gode hverdagshistorie, explainervideo, portrætter osv., og den kan placeres forskellige steder afhængig af indhold og budskab.

Fordele:

- Har en høj formidlingsevne med kombinationen af billede, lyd og tekst
- Kan vække stærke følelser
- Kan bruges på tværs af andre kanaler – hjemmeside, SoMe, infoskærm, e-mail osv.
- Har en høj delbarhed med potentiale for stor spredning på SoMe

Ulemper:

- Kan være tidskrævende og forudsætter viden om videoproduktion, tekstning osv.
 - Tålmodigheden er lav hos mange mennesker, og mange falder fra efter 10 sekunder
-

Pressemeddelelse

God til at skabe opmærksomhed omkring et emne, som er aktuelt. Især lokalpressen er vigtig at have med, når vi fortæller om nye tiltag og konkrete aktiviteter, der kommer stevnsborgerne til gavn.

NB. Find presselister på Kridthuset til Lille, Mellem og Stor pressemeddelelse. Husk, at alle udsendte pressemeddelelser altid skal på stevns.dk (send den til www@stevns.dk)

Fordele:

- Effektiv genvej til at komme i kontakt til journalister og medier
- Kan bidrage til troværdig formidling via redaktionel behandling
- Kan potentielt nå ud til mange modtagere – særligt, hvis pressemeddelelsen tages af de store, landsdækkende medier

Ulemper:

- Der er ingen garanti for, at det enkelte medie vælger at bringe pressemeddelelsen – særligt de landsdækkende medier, hvor det er virkelig svært at trænge igennem som lille kommune.
- Man kan ikke styre, hvordan de enkelte redaktioner vælger at vinkle historien
- Svært at måle effekten

NB. Der er flere forskellige muligheder end blot pressemeddelelsen: Pressemøde, artikel, kronik/debatindlæg, svar på debatindlæg osv.

Annoncer

Praktiske informationer og invitationer til stevnsborgerne – typisk i den husstandsomdelte lokalavis, Stevnsbladet.

NB. Find information om kommunens fællesannonce på Kridthuset.

Fordele:

- Kan let målrettes den enkelte bruger
- God til lanceringer og nye tiltag

Ulemper:

- Hvor mange og hvem læser efterhånden Stevnsbladet?
- Uegnet til komplekse budskaber

Digital post/brev

Den personlige invitation, som er målrettet præcis de modtagere, som den er mest relevant for. Kan virke anmassende, så vær helt sikker på, at det er nødvendigt, inden du tager denne kanal i brug!

Fordele:

- Digital post/brev kan føles mere personligt, da brugeren får det direkte, og aktivt skal åbne og læse det
- Brevet kan nemt gemmes – særligt let med digital post
- Er både velegnet som personlig henvendelse og masseudsendelse

- Er velegnet til afgørelser og kan også rumme større og mere komplekse tekstmængder

Ulemper:

- Porto er dyrt – også digital porto
 - Nogle læser ikke – eller kun sjældent – digital post eller vælger at ignorere det
 - Ingen mulighed for direkte dialog
-

Telefon

Telefon er en god indgang for borgerne til at komme i kontakt og dialog med os og få hurtig afklaring på enkle og konkrete spørgsmål. Telefonen kan også være god til at foregribe eller løse konflikter med tidlige, opklarende spørgsmål. Kommunikationen kan, som i den personlige samtale, tilpasses undervejs efter behov.

Fordele:

- God til personlig, relationsskabende og direkte kontakt
- God til korte og hurtige beskeder
- Velegnet til komplekse samtaler eller forhandlinger

Ulemper:

- Kan være afhængig af kommunens telefontid
 - Ressourcekrævende – uegnet til massekommunikation
 - Kan være forstyrrende – særligt hvis budskabet er komplekst og modtageren ikke er forberedt
 - Svært at dokumentere
-

Skilte

God til helt kort formidling af praktiske informationer – skal være imødekommende og meget konkrete.

NB. Undgå for mange forbud og fokusér i stedet på, hvad man gerne må, hvis budskabet er anvisende eller adfærdsregulerende.

Fordele:

- Kan give stor synlighed på strategisk valgte positioner
- Lang levetid
- Få omkostninger én gang

Ulemper:

- Er uegnet til større tekstmængder eller komplekse budskaber
 - Bliver ofte overset i et 'landskab' fyldt med kommunikation
 - Ingen direkte feedback
-

Publikationer (f.eks. foldere, actioncards, flyere)

God til at formidle praktiske informationer om et specifikt emne. Kan bruges til de helt korte vejledninger med konkrete "sådan gør du"-beskrivelser eller til længere fortællinger om komplekse emner. Samtidig kan en flot tryksag i kommunens design sende et mere professionelt signal.

Fordele:

- Kan indeholde meget information og præsenteres visuelt
- Kan let gemmes af modtageren
- Forholds billig i store oplag

Ulemper:

- Kan være vanskelig at distribuere til målgruppen
 - Nem at smide væk uden at læse
 - Kan virke gammeldags i en digital verden
 - Ingen feedback
-

Plakat

En plakat kan være et godt supplement til anden kommunikation, og kan både bruges med helt korte, slagkraftige budskaber og med lidt længere informationer.

NB. Undgå for mange forbud og fokusér i stedet på, hvad man gerne må, hvis budskabet er anvisende eller adfærdsregulerende.

Fordele:

- Har en stærk visuel gennemslagskraft og kan skabe hurtig opmærksomhed.
- Vi har mange bygninger, hvor kommunens borgere kommer.
- Den er billig at producere i små oplag – særligt hvis vi printer den selv.
- Kan have lang holdbarhed og hænge længe

Ulemper:

- Plakater kan drukne lidt i kommunikationslandskabet, og ofte bliver man 'blind' for at se en plakat.
 - Er uegnet til længere tekster og komplekse budskaber.
 - Der er ingen mulighed for feedback fra målgruppen.
-

EG Selvbetjeningsformular

Bruges til indhentning af alt fra arrangementstilmeldinger til diverse ansøgninger. Kan håndtere følsomme personoplysninger og login med MitID.

NB. Vær opmærksom på, hvordan du behandler den mail med information, som du modtager fra EG.

Fordele:

- Tilgængelig 24/7 via alle devices
- Reducerer behovet for personlig kontakt
- God til at strukturere indkomne svar

Ulemper:

- Ikke alle brugere er digitale
- Komplekse emner kan være svære at rumme i en formular

- Kan være ressourcekrævende (tid), hvis brugeren udfylder forkert eller mangelfuldt
-

Møder

Møder kan have mange forskellige former, og er gode til noget forskelligt. Overvej derfor nøje, når du taget mødeformen i anvendelse, hvad mødet handler om, hvad du vil opnå osv., og forventningsafstem det med deltagerne, så I er enige om præmisserne for mødet. F.eks.:

1. Information: Du vil informere nogen om noget – det kan være beslutninger, som er truffet, processer der skal i gang. Formålet kan være at orientere eller vinde tilslutning.
2. Idémøde: Du vil skabe nye idéer eller perspektiver i dialog med andre.
3. Problemløsning: Du skal finde løsninger på kendte og konkrete problemer samt evt. afgrænse og planlægge.
4. Beslutning: Du skal træffe beslutning i konkrete sager sammen med mennesker med den nødvendige beslutningskompetence.

Overvej nøje, hvordan du planlægger og sammensætter dit møde. Et onlinemøde vil f.eks. være meget uegnet til et møde, som indeholder potentiel eller reel konflikt. På samme måde er det uhensigtsmæssigt at invitere til et dialogmøde og så afvikle det som et informationsmøde.

Fordele:

- Giver mulighed for dybdegående drøftelser og samarbejde om både simple og komplekse emner
- Giver mulighed for at skabe personlige relationer
- Direkte og umiddelbar feedback

Ulemper:

- Kræver grundig forberedelse og kan være tidskrævende
 - Mange møde ender uden klare aftaler – og skal derfor gentages
 - Kan være vanskeligt at imødekomme alle mødedeltageres behov
-

Merchandise

En roll up, et beachflag eller en kuglepen med kommunevåben på er også kommunikation, og kan medvirke til at skabe synlighed i større forsamlinger.

NB. Overvej at bruge miljøvenlige materialer. Særligt, hvis det er en ballon, som slippes fri i naturen.

Fordele:

- En kuglepen f.eks. giver en langvarig eksponering og dermed øget opmærksomhed
- Ved en messe eller udstilling giver det et mere professionelt og positivt udtryk, hvis 'standen' er indrettet med dekorative elementer, eller man kan give deltagerne noget med hjem: En kuglepen, ballon, t-shirt e.lign.

Ulemper:

- Er ofte kostbart og har en lang produktionstid
- Vanskeligt at måle effekten

Tale

Talen er mundtlighed (på skrift) og som kommunikationskanal måske lidt usædvanlig. Men talen er en vigtig – og måske lidt undervurderet – platform for væsentlige budskaber både internt og eksternt uanset om den holdes af en borgmester for borgere eller en leder for medarbejdere.

Fordele:

- Talen er direkte og personlig og kan afleveres med stor indlevelse og autencitet.
- Taleformatet rummer mulighed for komplekse budskaber.
- Der er umiddelbar feedback fra tilhørerne.

Ulemper:

- Talen er flygtig og kan være svær at huske bagefter afhængig af budskabet.
- Hvis talen ikke fanger, er tilhørerne hurtigt nede i deres mobil, tænker på, hvad de skal have til aftensmad osv.
- Budskaber skal times og afleveres, når der er behov for det, men talen er afhængig af tid og sted.
- Begrænset målgruppe (kun tilhørerne) medmindre talens budskaber også distribueres på anden vis.