

## **Finlands svenska 4H:s kommunikationsstrategi**

### **Godkänd på styrelsemöte**

Bra kommunikation är en god investering. Den är ett viktigt redskap för att medlemmarna, samhället och de som jobbar i organisationen ska kunna veta vad 4H vill och arbetar för.

Denna strategi omfattar Finlands svenska 4H:s, distriktens och 4H-föreningarnas verksamhet och beskriver det långsiktiga tillvägagångssättet för att med kommunikation bidra till att nå 4H-organisationens övergripande mål.

Med kommunikation menas all intern och extern kommunikation ? såväl den som verksamheten själv sprider som den som vi tar emot från andra.

Ambitionen är att åstadkomma integrerad kommunikation, d v s samordnade budskap och handlingar som alla syftar till att nå verksamhetsmålen. Informationen blir dels ett av medlen för att styra och leda verksamheten, dels grunden för en tydlig profilering av organisationen d.v.s. en viktig bit i marknadsföringen.

### **Intern kommunikation**

Den interna kommunikationen syftar till att ge medarbetare överblick över helheten, kunskap om verksamhetsmålen och information för att nå bra resultat.

I 4H omfattar den interna kommunikationen följande områden:

- Operativ kommunikation - den information som varje medarbetare behöver för att sköta sitt dagliga arbete, bl a genom direkt arbetsledarinformation och en systematisk information på intranätet.
- Styrkommunikation för att styra och leda verksamheten mot verksamhetsmålen, bl a via månadsbrev. Förändringskommunikation om särskilda händelser i organisationen, bl a via projektbaserade kanaler (ungdomsnätet) och information till begränsade målgrupper.
- Kulturkommunikation bl a genom personal- och ledarskapsutbildningar, medarbetarundersökningar och intern tidning.
- Till den interna kommunikationen räknas även den informella, d v s den dialog mellan medarbetare och grupper av medarbetare som varken är styrd eller planerad t.ex telefonsamtal, textmeddelanden och e-post

### **Extern kommunikation**

Den externa kommunikationen syftar till att utveckla 4H:s relationer med omvärlden, i första hand för att öka samhällets kunskap om 4H och 4H:s uppdrag. Viktiga områden för den externa kommunikationen är:

- Omvärldsbevakning i form av kunskapsinhämtning och analys om vad som sker i omvärlden och hur det påverkar 4H.
- Marknadskommunikation i form av PR, annonsering, närvaro på Internet, mässor etc.
- Profilkommunikation genom att i alla sammanhang föra ut tydliga och konsekventa budskap som ger en korrekt bild av 4H.
- Massmedierelationer genom pressmeddelanden och presskonferenser etc.
- Samhällskontakter t.ex kommuner, myndigheter, skolor och andra organisationer.
- Katastrofinformation och krishantering

### **Kommunikation är ett verksamhetsansvar**

Verksamhetsledaren har det yttersta ansvaret för organisationens interna och externa kommunikation. Ett gott ledarskap kräver att varje verksamhetsledare har förståelse för kommunikationens roll som ett strategiskt ledningsinstrument samt vilja och förmåga att föra dialog kring ledningsbesluten.

### **Systematisk och planerad**

Den som ansvarar för information ska alltid klargöra vad som är syftet med informationen och vem den riktar sig till.

Alla kommunikationskanaler ska vara samordnade och strukturerade för att öka tillgänglighet, snabbhet, frekvens och kostnadseffektivitet.

Kommunikation ska planeras och budgeteras.

### **Öppen och aktiv dialog**

Den information som sprids ska finnas tillgänglig för berörda medarbetare via intranätet. Medborgarnas rätt till insyn ska tillgodoses.

Kommunikationen ska vara öppen, saklig och allsidig. Den ska ges i rätt tid, utformas begripligt, vara lätt att få tag på.

De som är direkt berörda ska vara först och bäst informerade.

Massmedias arbete ska underlättas. Informationen till medierna ska vara snabb och saklig.

Alla ska känna igen 4H. Den visuella profilen ska vara tydlig.

### **Var och en har ett informationsansvar**

Var och en har själv ansvar för att aktivt söka och ta del av den information som finns tillgänglig. Varje medarbetare ska se till att den information man ansvarar för når den som berörs. Varje verksamhetsledare har informationsansvaret inför sina medarbetare. Varje medarbetare har informationsansvar gentemot sin chef.

Varje verksamhetsledare har informationsansvar för den egna verksamheten.

