

Esbo församlingars kommunikationsprogram

Esbo församlingars kommunikation – vad är det?

Kommunikation innebär växelverkan, närvaro, att förmedla ett budskap och att lyssna. Kommunikation sker ansikte mot ansikte eller via något medium – alltid ändå från människa till människa, mellan människor.

Syftet med Esbo församlingars kommunikationsprogram är att styra och stöda

- *församlingens anställda och sakkunniga i kommunikation*
- *församlingsmedlemmar, frivilliga och förtroendevalda i var och ens kommunikationsroll.*



1. Uppgifter, verksamhetsprinciper och mål

Esbo församlingars kommunikation förverkligar Esbo församlingars strategi.

Vår uppgift som kommunikatörer är att

- förmedla tro, hopp och kärlek
- synliggöra församlingarnas liv och verksamhet – öka medvetenheten och bjuda in människor

I synnerhet sakkunniga i kommunikation ansvarar dessutom för att

- betjäna församlingsmedlemmarna och invånarna i området i deras informationsbehov
- stöda församlingarnas kommunikation på arbetsplatserna
- inspirera och stöda andra i deras kommunikation

Kommunikationen styrs av följande verksamhetsprinciper.

Vår kommunikation är modig och tilltalande. Den

- grundar sig på kyrkans kärnbudskap och är frimodigt kristen
- är aktuell och öppen
- är respektfull, uppmuntrar till dialog och är en motkraft till polarisering
- är identifierbar, tydlig och tillgänglig
- är upplevelserik och insiktsfull
- känner igen olika målgruppers behov
- förnyas i takt med att kommunikationskanalerna och -teknologierna utvecklas.

Det strategiska målet med kommunikationen är att göra församlingarnas verksamhet och kyrkans budskap mer synliga och kända för församlingsmedlemmarna och Esboborna på ett betydelsefullt sätt.

2. Kommunikationens roller och ansvar

Varje möte är kommunikation.

Kyrkans röst uppstår av alla församlingsmedlemmars, förtroendevaldas och kyrkans anställdas röster. Var och en kan för sin del fungera som kyrkans röst i samhället och i sin egen närmiljö.

Ett smidigt arbete i församlingarna säkerställs genom god kommunikation på arbetsplatsen, där var och en har sitt eget ansvar.

Församlingens medlemmar, frivilliga och förtroendevalda

- Varje församlingsmedlem kommunicerar i sin egen livsmiljö från sina egna perspektiv. Församlingsmedlemmarna ska ha möjlighet till kommunikationsansvar och -uppgifter i församlingen.
- Frivilliga har ofta överenskomna kommunikationsuppgifter i anslutning till det egna frivilliguppdraget. Dessa roller kommer man överens om från fall till fall.
- De förtroendevalda har insyn i församlingarnas verksamhet och beslutsfattande. Var och en av dem fungerar som församlingarnas och kyrkans röst i sina egna nätverk.

Varje anställd

- fungerar som kommunikatör i sitt eget arbete och har kommunikationsansvar när det gäller det egna arbetet.
- är expert på sitt eget arbete och kan lyfta fram sin egen expertis såväl inom arbetsgemenskapen, i nätverken som i offentligheten. Sakkunniga i kommunikation ger hjälp och stöd i kommunikationen.
- följer upp arbetsplatsens ärenden via interna kanaler och informerar om centrala frågor i sitt eget arbete.

Chefer/ledningen

- säkerställer att de anställda (vid den egna enheten) känner till viktiga frågor
- ansvarar för att de anställda har tillräcklig beredskap att lyckas i sina kommunikationsuppgifter
- kommunicerar öppet och aktivt
- bär särskilt ansvar för församlingarnas synlighet i samhället
- ansvarar för kommunikationen i undantags- och krissituationer.

Sakkunniga i kommunikation

- ansvarar för planeringen av kommunikationen och till överenskomna delar för genomförandet
- stöder de anställda i deras kommunikation
- ordnar kommunikationsutbildning
- ansvarar för kommunikationens struktur, såsom församlingstidningarna, webbsidorna och den visuella profilen
- ansvarar för mediekommunikationen och -uppföljningen samt upprätthåller medierelationerna
- ansvarar för kommunikationssamarbetet med andra aktörer

Kommittén för kommunikation styr kommunikationen i Esbo församlingar i enlighet med sitt reglemente. Mediet Kirkko ja kaupunki har sin egen redaktion. Den ansvarar för sitt arbete inför mediets gemensamma direktion.

3. Riktlinjer för organisationskommunikationen

Kommunikation är val: Vad, för vem, hur, var, när, vem och med vem. Riktningen för Esbo församlingar fastställs i strategin och de val som görs i organisationskommunikationen stöder denna riktning.

Riktlinjerna för organisationskommunikationen stöder och styr i synnerhet församlingarnas beslutsfattare, anställda och kommunikationsexperten.

Kommunikationens innehåll. I kommunikationsinnehållet betonas strategiskt motiverade ämnen.

Centrala målgrupper. I enlighet med strategin ser vi till att vi kommunicerar särskilt

- med barn, unga och unga vuxna
- med dem som inte har en fast relation till församlingen

och vi beaktar även målgrupper som talar andra språk.

Kommunikationens språk. Esbo församlingar har som mål att vi är en gästvänlig och inbjudande gemenskap för människor med olika språkliga och kulturella bakgrunder. Detta innebär att

- vi använder tydlig finska och svenska i vår kommunikation
- vi kommunicerar regelbundet även på engelska
- vi använder andra språk vid behov. Vi söker nya lösningar för flerspråkig kommunikation.
- vårt bildspråk återspeglar också verkligheten i Esbo.

Kommunikationens uttryck och ton. I enlighet med strategin skärper vi Esbo församlingars varumärke så att församlingsmedlemmarna lätt kan vända sig till församlingarna i sina olika livssituationer. Detta genomför vi så att

- i vår varumärkesbok ansluter vi oss till kyrkans gemensamma profil och tonfall och uppdaterar vårt material enligt detta
- vi utbildar personalen och frivilliga i användningen av nya varumärkesverktyg
- som en del av Esbo församlingars varumärkesbok utarbetar vi även hustavlan *Så här arbetar vi* som styr verksamheten
- av varumärkesboken utvecklar vi ett verktyg som stöder allas kommunikation.

Centrala kanaler och metoder. De målgrupper som strategin ställer upp samt målet för medlemmarnas engagemang bestämmer också vilka centrala kanaler och metoder som ska väljas. I enlighet med detta

- satsar vi på kanaler med bred räckvidd
 - skickar vi tidningen Kirkko ja kaupunki till de finskspråkiga medlemshushållen och stöder den digitala utvecklingen av mediet Kirkko ja kaupunki
 - skickar vi tidningen Kyrkpressen till de svenskspråkiga medlemshushållen
 - producerar vi julradion som är en central kanal för att nå unga och personer som står längre bort från kyrkan
 - kommunicerar vi aktivt med medierna
- riktar vi budskapet så noggrant som möjligt
 - söker och prövar vi nya sätt att nå unga generationer och olika språkgrupper
 - utnyttjar vi kommersiella digitala plattformar i marknadsföringen
 - samarbetar vi med påverkare
 - använder vi direktmarknadsföring
- ökar vi interaktionen i sociala medier
 - provar vi modigt nya plattformar och nya verksamhetssätt
- söker och skapar vi möjligheter för diskussionsöppningar

- sparrar vi våra centrala aktörer i den samhälleliga värdedebatten
- håller vi våra egna webbsidor i utmärkt skick

Planering och utvärdering av kommunikationen. Goda bakgrundsprocesser stöder framgången och därför

- förbättrar vi församlingarnas synlighet genom gemensam planering och verksamhet. Tillsammans prioriterar vi vilka ämnen och händelser som ska vara mest synliga.
- använder vi metoder för tjänstedesign i kommunikationsplaneringen. I större projekt undersöker vi kommunikationens genomslagskraft närmare.
- ställer vi upp tydliga, mätbara mål för större projekt och utvärderar framgångarna. Vi använder informationen för att utveckla verksamheten.

Kommunikationssamarbete. Esbo församlingar har ett nära kommunikationssamarbete med församlingarna i huvudstadsregionen och kyrkans kommunikation och söker aktivt nya samarbetspartner. Detta innebär att

- vi är engagerade i huvudstadsregionens gemensamma medieredaktion
- vi stöder verksamheten inom Kyrkans mediestiftelse.
- vi utvecklar kommunikationen och medierna för barn och unga tillsammans med andra aktörer.
- vi testar verksamheten Ungdomarnas redaktion
- vi strävar efter att genomföra kommunikationsprojekt i samarbete med andra aktörer.

4. Strategiska indikatorer för kommunikationen

I strategin har man fastställt indikatorer för såväl de strategiska målen som de operativa riktlinjerna. I enlighet med dem och delvis genom att komplettera dem följs kommunikationens genomslagskraft upp med hjälp av följande indikatorer.

Välkändhet. Välkändheten mäts med hjälp av indikatorer som visar kommunikationens räckvidd.

- Mediesynlighet, dvs. antal och kvaliteten på de medieträffar som berör Esbo församlingar. Med kvalitet avses både vikten och omfattningen av de behandlade ämnena och hur bred räckvidden är för de medier som nämner Esbo församlingar. Synligheten följs kontinuerligt upp med professionella verktyg. Rapportering periodvis och i samband med verksamhetsberättelsen. Synligheten följs upp förutom i nyhetsmedierna även i sociala medier som produceras av andra.
- Hur de egna kanalerna i sociala medier når ut till olika åldersgrupper. Räckvidden följs kontinuerligt upp med professionella verktyg. Rapportering periodvis och i samband med verksamhetsberättelsen.
- Den egna webbplatsens räckvidd. Antalet besökare på webbplatsen och webbplatsens besökarenkäter.

Genomslagskraft. Genomslagskraften mäts dessutom med hjälp av separata indikatorer som visar hur kommunikationen lyckats. Med dessa följer man upp framgången särskilt i fråga om de strategiska målgrupperna.

- Välkändhetsundersökningens frågor om hur man lyckats med kommunikationen: När kommunikationen ut, på vilka kommunikationsplattformar har man kommit i kontakt med församlingarna.
- Frågor i församlingsmediets läsar-/besökarundersökningar om mediets välkändhet och användningen av det.

5. Granskning av kommunikationsprogrammet

- Kommunikationsprogrammet granskas i början av den nya fullmäktigeperioden 2027.