

Vedlegg til Omstillingsplan for Nesna kommune

KOMMUNIKASJONSSTRATEGI

En god og målrettet informasjon og kommunikasjon er viktig for å sikre forankring av omstillingsorganisasjonens prioriteringer og arbeid. For at omstillingsarbeidet i Nesna skal lykkes er man avhengig av at alle interessenter agerer til det beste for omstillingsarbeidet.

Kommunikasjonsarbeidet er kritisk for å oppnå dette og skal brukes som et strategisk virkemiddel for å oppnå målene man har satt seg.

Omstillingsorganisasjonen skal generelt være åpen og offensiv i sitt kommunikasjonsarbeid.

Visjon, hovedmål, innsatsområder og de viktigste tiltakene må være godt kjent og akseptert hos målgruppene. Det må være offentlig kjent på hvilke måter ressursene i omstillingsarbeidet brukes.

Resultatene som blir oppnådd i arbeidet må kommuniseres fortløpende. Alle ønsker å bidra i en vellykket satsing, slik at å oppnå og kommunisere ut suksesser fortrest mulig fremstår som helt sentralt for å oppnå nødvendig legitimitet i lokalmiljøet.

Nesna kommune har også lagt vekt på kommunikasjonsarbeid og inkludering i analysefasen vinteren og våren 2021.

Strategiske hovedgrep

1. Alle som har interesse av eller som kan bidra i omstillingsprosessen skal til enhver tid være godt informert om omstillingsarbeidet.
2. Omstillingsorganisasjonen og kommunen som eier skal legge stor vekt på å involvere befolkningen og næringslivet i kommunen i omstillingsarbeidet.
3. Informasjonen fra omstillingsorganisasjonen skal brukes for å bygge Nesnas omdømme og skape interesse for aktivitet og etablering i Nesna.
4. Suksesshistorier skal kommuniseres aktivt – de som lykkes skal heies fram.

Målgrupper

Følgende målgrupper er definert:

1. Befolkningen i Nesna.
2. Det etablerte næringslivet i kommunen.
3. Potensielle gründere i og utenfor Nesna.
4. Kommunens politiske og administrative ledelse.
5. Nabokommuner og Indre Helgeland Regionråd
6. Nordland fylkeskommune, Innovasjon Norge og Kommunal- og Moderniseringsdepartementet.
7. Eksterne næringsaktører og industri- og kompetansemiljø.

Informasjons- og kommunikasjonskanaler

Den viktigste informasjonskanalen skal være den direkte kontakten omstillingsorganisasjonen har med relevante aktører.

Omstillingsorganisasjonen vil etablere egen informativ hjemmeside, og ha en aktiv bruk av sosiale media. I tillegg skal tradisjonelle media brukes aktivt.

Målgrupper – potensielle/aktuelle tiltak

For å nå målgruppe nr. 1 og 2 (befolkningen og næringslivet i kommunen):

1. Ha nyhetsaker i lokalmedia minst en gang pr. måned i oppstartsåret.
2. Identifisere og informere de viktigste opinionsdannerne i lokalmiljøet.
3. Jevnlig kommunisere i media konkrete bedriftsutviklingsprosjekt initiert med støtte fra omstillingsarbeidet.
4. Aktiv deltakelse på arenaer der det lokale næringslivet møtes.
5. Halvårlige dialogmøter med næringslivet i Nesna.
6. Minimum halvparten av alle styremøter skal avholdes hos en lokal bedrift, med tilhørende bedriftsbesøk.

For å nå målgruppe nr. 3 (Potensielle gründere):

1. Aktivt promotere Nesna som en gründerkommune.
2. Trekke fram gründere som starter opp i Nesna i omstillingsperioden.
3. Aktivt promotere tilbud for potensielle gründere i Nesna.
4. Markedsføre Nesna som en attraktiv kommune for utenbygds-gründere å flytte bedriften sin til.

For å nå målgruppe nr. 4 (kommunens politiske og administrative ledelse):

1. Statusrapport til kommunestyret to ganger pr. år, hvorav den ene gangen er årsrapport. I tillegg vil det orienteres jevnlig både i formannskap og kommunestyre.
2. Kvartalsvis informasjon i kommunedirektørens ledergruppe.

For å nå målgruppe nr. 5 (Nabokommuner regionråd)

1. Informasjon til Indre Helgeland Regionråd to ganger pr år
2. Løpende informasjonsarbeid i relevante utvalg i Indre Helgeland Regionråd
3. Løpende informasjonsarbeid mot næringsapparat i nabokommunene

For å nå målgruppe nr. 6 (NFK, IN og KMD):

1. Informasjon til fylkesutvalget en gang pr. år.
2. Møte med INs regionkontor to ganger pr. år.
3. IN og NFK gis observatørstatus i omstillingsstyret styret.
4. Årlige statusrapporter og revidert handlingsplan og budsjett sendes til NFK, IN og KMD.
5. Representant fra KMD inviteres til ett styremøte pr. år

For å nå målgruppe nr. 7 (Eksterne næringsaktører og kompetansemiljø):

1. Proaktiv, direkte informasjon til eksterne næringsaktører som kan tenkes å bidra til næringsutvikling/nyetableringer i Nesna.
2. Markedsføre Nesna på relevante nettverksarenaer utenfor kommunen.
3. Ha jevnlig kontakt med aktuelle kompetansemiljø.

Informasjonsansvar

Programleder er ansvarlig for det daglige kommunikasjonens- og informasjonsarbeidet, herunder også ansvarlig for å uttale seg om løpende aktiviteter som ikke er av overordnet karakter. Det må forventes at næringsjefen bistår programleder i kommunikasjonsarbeidet regionalt.

Leder av omstillingsstyret er den naturlige talsperson i overordnede, viktige saker som angår omstillingsarbeidet.

Øvrige styremedlemmer og eventuelle ansatte i omstillingsorganisasjonen kan uttale seg etter å ha konferert med styreleder eller programleder.

Gjensidig kontakt og koordinering mellom omstillingsorganisasjonen og kommunen er særlig viktig.

Ved vesentlige hendelser skal følgende varsles:

- Leder av omstillingsstyret
- Programleder
- Ordfører
- Kommunedirektør

Omstillingsorganisasjonen skal ikke uttale seg i saker av politisk karakter.

Kommunikasjonsplan basert på vedtatte kommunikasjonsstrategi skal utarbeides av programleder.

Vedtatt av styringsgruppen for strategi- og forankringsfasen.

Nesna, 12. mai 2021