

Indhold på sociale medier

Dato: 18.04.2023
Reference: Søren Ditlev Moe Monrad
Tlf.: 29 42 94 07
E-mail: smon@norddjurs.dk

Oplæg til Direktionen om nuværende og fremtidig brug af vores sociale medier. Til direktionsmødet den 26. april 2023.

Norddjurs Kommune er til stede på tre sociale medier. Facebook, LinkedIn og Instagram. Hvert socialt medier har sine egne styrker, og hvert af de tre sociale medier har sin egen målgruppe. Helt overordnet er vores mål at understøtte hele organisation med kommunikation på vores sociale medier (og på norddjurs.dk og i samspil med pressen).

Den centrale kommunikationsafdeling understøtter den decentrale kommunikationsindsats i Norddjurs Kommune, i det omfang det er muligt. Det betyder, at koncernlinjen fastholdes, og at direktørområderne selv varetager kommunikationen inden for eget fagområde. Det gælder både positive historier fra for eksempel fagudvalgsmøder, som man proaktivt forsøger at få i pressen, samt eventuelle negative historier, der skal håndteres. Kommunikationsafdelingen står til rådighed med bistand i tilfælde af større mediekriser, som kræver øjeblikkelig og professionel håndtering i den akutte fase.

Vi tager udgangspunkt i vores borgeres, virksomheders og foreningers virkelighed, når vi kommunikerer. Målgruppen bestemmer, måden vi kommunikerer på.

Kommunikationsafdelingen anbefaler, at borgmester og udvalgsformænd optræder på vores sociale medier, når det i sammenhængen falder naturligt ind.

Brugen af sociale medier muliggør:

- Kendskab til vores indsats og kerneopgaver
- Interaktion med vores målgrupper
- Åbenhed og synlighed omkring organisationen
- Videndeling med andre - organisationer, virksomheder, uddannelser mm.

Styrkepositioner - det vi kommunikerer om:

- Bosætning - herunder geografiske områder og skole- og dagtilbud, uddannelse, sundhedstilbud med mere
- Erhverv og jobmuligheder
- Bolig- og erhvervsgrunde
- Partnerskabsaftaler og samarbejder - vi hænger sammen med resten af Djursland og Østjylland i formelle og uformelle partnerskaber
- Destinationer
- Infrastruktur

Vi vil i fremtiden have fokus på at kommunikere mere om:

- Fastholdelse, uddannelse og rekruttering (mere under "LinkedIn")
- Klima og miljø (mere under "Facebook")

Sådan bruger vi vores sociale medier:

Facebook

- **Formål:** Nyheder, glimt fra hverdagen, den gode historie.
- **Tone:** Uformel og let.
- **Målgruppe:** Privatpersoner i alle aldre.

Vores overordnede Facebook-profil - Norddjurs Kommune - anvender vi til at fortælle om vores kerneopgaver, nyheder og gode historier fra kommunens områder. Vi bruger Facebook til at promovere samarbejdspartnere, kulturelle fyrtårne og projekter, som vi er en del af. Vi leverer service-information og endelig informerer vi om kriser og aktuelle dagsordner med mere (og desuden på norddjurs.dk).

Vi bruger ikke siden til at fortælle om alt, som foregår i kommunen, da indholdet her gerne skal tale ind i en større dagsorden med udgangspunkt i styrkepositionerne.

På Facebook kommunikerer vi i øjenhøjde med borgerne i kommunen. Det betyder, at vi skriver letforståeligt, uden svære ord, med aktive verber og i en afslappet (og nogle gange humoristisk) tone. Vi linker til norddjurs.dk, hvis vi har brug for at skrive længere historier med relevant og brugbar information.

Vi skal fortsætte indsatsen med at lave indhold til Facebook, som er borgernært og tæt på folks virkelighed - og som er nemt at identificere sig med.

Vi har et potentiale i at understøtte fortællingen om, hvordan kommunen politisk arbejder på at skabe en grønnere kommune. Det er for eksempel arbejdet med at skabe rammer for vedvarende energi-anlæg og en mere bæredygtig kommune, som spejler sig i FN's verdensmål. Arbejdet spejler sig desuden i vores fokusområder på **Det Blå** og **Det Grønne** fra plan- og udviklingsstrategien.

En række fagområder har deres egne profiler, som følger den overordnede kommunikationsstrategi for kommunen. Vi sørger for at profilerne snakker sammen, blandt andet ved at dele indhold fra hinanden.

LinkedIn

- **Formål:** Oplysning - faglighed, strategier og initiativer samt rekruttering
- **Tone:** (Mere) formel i kraft af fokus på faglighed
- **Målgruppe:** Samarbejdspartnere, organisationer, virksomheder og folk på arbejdsmarkedet

Vores indhold på kommunens overordnede LinkedIn-profil bliver brugt til at understøtte kommunikation om vores styrkepositioner. Det knytter sig især til virksomheder, erhverv, udvikling, vækst, infrastruktur med mere.

Vi har desuden en platform, som er ideel til at imødekomme udfordringen med at rekruttere, fastholde og uddanne kommende og nuværende medarbejdere.

Vi har som alle andre kommuner svært ved at finde de rette personer til de store velfærdsområder, som tager sig af den nære omsorg. Det er især social- og sundhedsassistenter, pædagoger, lærere og socialrådgivere.

Vi skal gøre det attraktivt at arbejde hos os, hvis vi skal kunne rekruttere. Det sker for eksempel gennem portrætter af vores medarbejdere på velfærdsområdet til brug på sociale medier - primært LinkedIn. Indhold af denne type kan også bruges på Facebook, da det er hverdagsnært indhold.

Indsatsen på LinkedIn i forhold til fastholdelse, uddannelse og rekruttering skal ikke begrænse sig til velfærdsområdet.

Vi skal lave mere alsidigt indhold til LinkedIn i fremtiden. Der har været en tendens til, at vi har kommunikeret for indforstået og for meget til vores egne medarbejdere. Hvis vi skal nå længere ud og udnytte platformen, skal vi gøre mere ud af at have indhold om samarbejder med virksomheder og partnerskaber samt sætte lokale virksomheder mere i spil, så det fortæller om kommunes arbejde med at skabe gunstige erhvervsforhold for, at erhvervslivet kan blomstre og vokse.

Alt indhold til siden bliver hovedsageligt forfattet af den centrale kommunikationsafdeling. Hvis vi i fremtiden åbner op for, at indholdet på LinkedIn bliver bredere og kommer decentralt fra i kommunen, skal den centrale kommunikationsafdeling sikre fagligheden i indholdet.

Vi slår jobopslag på stillinger fra chefniveau og opefter op på siden.

En række fagområder har deres egne profiler, som følger den overordnede kommunikationsstrategi for kommunen.

Vi deler som udgangspunkt ikke fra andre Norddjurs-sider, men kommenterer og "liker" gerne.

Instagram

- **Formål:** At informere om kommunen og historier fra kommunen gennem billeder og æstetik. Hverdag og kommunalt arbejde går hånd i hånd, og de smukke sider af kommunen vises frem. Bliver også brugt som markedsføringskanal til mulige tilflyttere, arbejdskraft og turister.
- **Tone:** Let - så lidt tekst som muligt
- **Målgruppe:** Privatpersoner, mest den yngre målgruppe (20-35 år), samt udenlandske turister.

Vores Instagram; Norddjurs_Kommune har fokus på natur og kultur, samt de nære tiltag i kommunen, primært rettet mod 20-35 år-målgruppen. Siden vedligeholdes af den centrale kommunikationsafdeling.

Instagram bruges også til tiltrækning af udenlandske turister, da de sjældent bruger Facebook.

På siden lægger vi billeder og stories op fra andre brugere, som viser steder, kultur og oplevelser fra Norddjurs, samt videoer og billeder af relevante og interessante tiltag fra kommunen. Enkelte opslag; for eksempel i forhold til bosætning er eget materiale, som også kan være sponsorerede opslag, der skal tiltrække tilflyttere og arbejdskraft.

Vi bruger ikke siden til at informere om kriser.

Andet

Vi har også et stort potentiale i at forbedre vores indhold på intranettet. Intranettet er ikke at betragte som et traditionelt socialt medie, men kan alligevel samle på tværs af organisationen, med nogle af de fordele og virkemidler vi kender fra de andre sociale medier.

Intranet

- **Formål:** Gode historier om og til medarbejdere, samhørighed på tværs af organisationen
- **Tone:** Let og uformel
- **Målgruppe:** Egne medarbejdere og chefer

Vi skal fortælle tættere på organisationen og i øjenhøjde med organisationen. Der er et potentiale i navnenyt, som ikke bliver udnyttet i øjeblikket. Navnenyt giver altid mange læsere.

Vi skal dyrke Employer Branding meget mere. Employer Branding giver ejerskab hos vores medarbejdere, når de gode historier som ansat i kommunen bliver tydeligere, og det skaber sammenhængskraft, når man kan læse gode og opbyggelige historier om sine kollegaer eller kommende kollegaer. Så er der lige pludselig ikke langt fra Grenaa til Allingåbro, hvilket der ellers helt faktisk er i en kommune, der er bredt ud over flere adresser med store afstande. Intranettet kan være med til at minimere afstande mellem medarbejdere - både mentalt og geografisk.