



**GÄLLIVARE**

## **Gällivare kommun**

**Kommunikationsplan 2011 - 2013**

### **Utvecklingsenheten**

## Innehåll

<b>1</b>	<b>Bakgrund</b> .....	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>Syfte och mål</b> .....	<b>2</b>
<b>3</b>	<b>Intressenter</b> .....	<b>3</b>
3.1	Kommunikation med näringslivet.....	3
3.2	Kommunikation med besökare .....	3
3.3	Kommunikation med massmedia.....	3
<b>4</b>	<b>Marknadsföring/reklam</b> .....	<b>4</b>
4.1	Marknadsföringen skall syfta till att stärka vårt näringsliv .....	4
4.2	Marknadsföringen skall speglas av.....	4
4.3	Marknadsföringen skall bl.a. spegla .....	4
4.4	Marknadsföringen skall inriktas på .....	5
4.5	Marknadsföringen skall riktas till.....	5
4.6	Marknadsföringen skall bl.a. ske genom .....	5
<b>5</b>	<b>Grafisk manual</b> .....	<b>5</b>

## Utgåvehistorik för dokumentet

Utgåva	Datum	Kommentar
1	2006-01-11	Marknadsplan
2	2010-09-16	Kommunikationsplan 2010-2012
3	2010-12-20	Förslag revidering Kommunikationsplan 2010-2012
4		Reviderat av näringslivsutskottet

## 1 Bakgrund

*Bilden av Gällivare kommun skapas av de upplevelser som människor får av kommunens tjänster och service. Framförallt påverkas människor av hur de bemöts av kommunens medarbetare.*

## 2 Syfte och mål

Alla marknadsförande insatser handlar om att lyfta fram kommunens attraktion ur tre huvudsakliga aspekter; som boplat, besöksmål och etableringsplats. Det övergripande syftet är att stärka omvärldens positiva bild av Gällivare, och den bofasta befolkningens stolthet för sin egen hemkommun.

*"Vi gör människors längtan till verklighet"*

## **3 Intressenter**

### **3.1 Kommunikation med näringslivet**

Nöjda näringslivsföreträdare är goda ambassadörer!

- Det ska vara enkelt att komma i kontakt med Gällivare kommuns utvecklingsenhet och näringslivets företrädare ska alltid mötas av en öppen, korrekt och serviceinriktad attityd.
- Utvecklingsenheten ska arbeta för att näringslivets representanter får gedigen kunskap om den service och de tjänster som kommunen erbjuder.
- Med god service ska Utvecklingsenhetens medarbetare underlätta för företagare när de söker information och behöver komma i kontakt med Gällivare kommun.

### **3.2 Kommunikation med besökare**

Nöjda besökare är goda ambassadörer!

- Utvecklingsenheten som en del av koncernen Gällivare kommun fattar beslut och utför tjänster och service som påverkar Gällivare som attraktiv besöksort. Gällivares attraktivitet påverkas även av kommunens förvaltningar och de egna bolagens kommunikation. Utvecklingsenheten ska vara delaktig i att kommunkoncernens kommunikationsförmåga utvecklas.
- Utvecklingsenhetens besökare skall alltid mötas av en öppen och serviceinriktad attityd.
- Besökaren skall uppleva att det är lätt att få kunskap om den service som Utvecklingsenheten erbjuder och det skall också tydligt framgå vart man ska vända sig för att få information.
- Kommunens besökare skall uppleva att besöket helst överträffar deras förväntningar så att de efter besöket sprider en positiv bild av Gällivare kommun och gärna återvänder hit.
- Utvecklingsenheten ska i sitt utvecklingsarbete verka för att besökare, kommuninvånare och övriga intressenter får sitt informationsbehov tillgodosett då det gäller evenemang, aktiviteter och service.

### **3.3 Kommunikation med massmedia**

Nöjda massmediarepresentanter är goda ambassadörer!

Den bild som tidningar, radio och TV ger av kommunens näringslivs- och utvecklingsarbete har en avgörande betydelse för hur Gällivare kommun uppfattas, både av allmänheten och av kommunens anställda.

Därför är det viktigt att Utvecklingsenheten bygger upp en god, långsiktig och professionell relation till massmedierna, och att mediefrågor får en hög prioritet i det dagliga arbetet. Ytterst syftar massmediakontakterna till att den bild som tidningar, radio och TV förmedlar av

Gällivare kommun som utvecklingsort är så korrekt och nyanserad som möjligt. Utvecklingsenheten har ett särskilt ansvar att företräda sin verksamhet gentemot medierna.

- Utvecklingsenhetens företrädare ska vara tillgängliga för journalister och villiga att svara på deras frågor. Den som inte själv kan svara skall hänvisa till den person i verksamheten som är ansvarig för den aktuella frågan, eller be att få återkomma med korrekta uppgifter.
- Den information som presenteras skall vara ärlig och allsidig. Den ska belysa olika aspekter av en fråga.
- Utvecklingsenheten skall aktivt verka för att öka journalisternas kunskap om den kommunala näringslivs- och utvecklingsverksamheten.
- Utvecklingsenhetens anställda skall vara aktiva i planeringen av massmediakontakter, istället för att vänta på att medierna tar initiativet.
- De budskap som Utvecklingsenheten går ut med i planerade massmediakontakter skall vara kända och förankrade internt innan de delges massmedia. Om en fråga ändå uppmärksammas i massmedia innan den har behandlats internt bör ansvarig chef så fort som möjligt kommentera och förklara händelsen för berörda medarbetare.
- Utvecklingsenhetens kontakter med massmedia skall präglas av förtroende och ömsesidig respekt. Utvecklingsenhetens medarbetare ska skaffa sig kunskap om massmediernas roll och arbetssätt, och respektera de pressetiska reglerna.

## **4 Marknadsföring/reklam**

### **4.1 Marknadsföringen skall syfta till att stärka vårt näringsliv**

- att göra kommuninvånarna stolta över Gällivare
- att kommuninvånarna ska välja att bo kvar i Gällivare
- att öka inflyttningen och stärka befolkningsstrukturen
- att stärka serviceutbudet
- att stärka näringslivets attraktions- och konkurrenskraft

### **4.2 Marknadsföringen skall speglas av**

- Trovärdighet
- Långsiktighet
- Kontinuitet

### **4.3 Marknadsföringen skall bl.a. spegla**

- vårt mångsidiga och aktiva näringsliv
- de processer som pågår för att förbättra och utveckla vårt samhälle
- vår ambition att samverka med andra intressenter
- vår goda kommunala service
- vår stad, våra bruksorter och vår levande landsbygd med aktiva invånare
- våra natur- och kulturmiljöer
- kommunen som en bra arbetsgivare

- vår strävan att nå en ökad mångfald och en god integration
- vårt omfattande föreningsliv

#### **4.4 Marknadsföringen skall inriktas på**

- att lyfta fram de goda exemplen
- att visa på tillväxtpöjligheter
- att lyfta fram kommunens strategiska näringslivs- och utvecklingsarbete
- samhällsomvandlingens möjligheter och effekter

#### **4.5 Marknadsföringen skall riktas till**

- det befintliga näringslivet
- presumtiva etableringsföretag
- nyföretagande
- presumtiva inflyttare
- besökare
- innevånare i Gällivare

#### **4.6 Marknadsföringen skall ske genom**

- den kommunala organisationen
- samverkan med andra intressenter i Gällivare
- samverkan med andra kommuner
- samverkan med regionala och nationella organisationer

Marknadsföringen sker genom

- Näringslivswebben och Nya Gällivarewebben
- Kontinuerliga marknadsföringsannonseringar och förslag till artiklar i lokala media (Kometen, Malmfälts Extra, Närradio m fl)
- Kontinuerlig annonsering i regionala media
- Kampanj-, uppmärksamhets- och evenemangsannonsering i lokala/regionala media
- Nationella kampanjer enligt särskilda beslut
- Planerad annonsering i regionala och eventuellt nationella branschmedia ("näringslivspublicationer")

## **5 Grafisk manual**

- Marknadsföringens utformning skall följa den grafiska manualen