



## Projekt digital kommunikation

I juni startar vårt projekt om digital kommunikation. Information och kommunikation är grundförutsättningar för att medborgarna ska kunna ta tillvara sina demokratiska rättigheter och använda, påverka och utveckla kommunens tjänster. Målet med projektet är därför att underlätta vardagen för dem som bor och verkar i vår kommun, underlätta kontakterna med kommunen parallellt med satsningen på Kontakt Simrishamn och samtidigt ge en hög upplevelse av att information och kommunikation sker utifrån mottagarens villkor.

Vi vill alltså bli bättre på att leva upp till de förväntningar som finns på en modern kommun, både idag och i morgon. Då blir det också lättare att nå målsättningarna att vår kommunikation ska vara tydlig, tillgänglig och trovärdig, samtidigt som vi på olika sätt aktivt berättar om vår verksamhet där medborgarna och andra målgrupper förväntar sig att vi ska finnas.

Projektets mål når vi genom att vi vässar våra kommunikationskanaler, framför allt de digitala, både de interna och externa, de vi använder och inte ännu använder – vi ska helt enkelt bli bäst i kommunsverige på digital kommunikation, det är vår strävan. Lyckas vi, kommer vi också att bli bra på att använda de mer analoga kanalerna.

Projektet löper på 18 månader och för att driva det har vi anställt en projektledare på utvecklingsenheten, Jon Högman.

Det kommer att finnas ett projektrum på intranätet för projektet. Projektgrupp och -stöd är Sofie Bredahl (tillika ansvarig chef), Jan-Erik Zandersson, Anna Jakobsson och Peter Nilsson.

### Vad består uppdraget i?

Uppdraget är uppdelat i fyra faser under projekttiden på 18 månader:

- Kartläggning
- Lösningsförslag och förankring
- Beställning
- Implementering/genomförande

Inledningsvis i projektet kommer projektledaren att göra en mer detaljerad tid- och projektplan baserad på dessa fyra faser. Fasernas omfattning framgår nedan. Planerna kommer att innehålla avstämningpunkter för utvärdering, kvalitetssäkring och återkoppling till målgrupper och intressenter. Till projektplanen kommer också en kommunikationsplan för projekttiden att utformas.

### Kartläggning (juni–oktober 2016)



Kartläggningsfasen är den inledande fasen som innehåller en rad analyser som ska genomföras för att ge projektet en bra bild av både nuläge och förväntningar. Analyserna svarar på de fem övergripande frågorna vem, vad, var, när och hur.

*- Intern nulägesanalys*

Analysen svarar på frågan vad som finns idag i vår verksamhet, varför lösningarna ser ut som de gör, hur de upplevs fungera.

*- Intern behovsanalys*

Här går vi igenom förväntningarna i kommunorganisationen (inkl. Simrishamnsbostäder), vilka behov förväntar man sig att vi behöver/kan uppfylla genom exempelvis digitala kommunikationslösningar. Fokus ligger inte på lösningarna i sig, utan på behovsställningarna, vad är det man ska uppnå, inte hur. Här sker inledande intervjuer med chefer och andra nyckelpersoner.

*- Målgruppsanalys*

En övergripande analys av vilka målgrupper som kan finnas för en kommuns kommunikation utifrån projektets målsättningar.

*- Extern nulägesanalys*

Här handlar det om att se hur väl vi idag uppfyller ovan identifierade målgruppers förväntningar.

*- Extern behovsanalys*

Här går vi igenom förväntningarna i ovan identifierade externa målgrupper, vilka behov förväntar man sig att vi behöver/kan uppfylla genom exempelvis digitala kommunikationslösningar. Precis som med den interna behovsanalysen, ligger fokus inte på lösningarna i sig, utan på behovsställningarna, vad det är man vill/förväntar sig att vi ska uppnå, inte hur det ska ske.

*- Omvärldsbevakning*

Här handlar det om att se vad andra har gjort, en traditionell benchmarking för att hitta goda exempel på hur man tillgodosett behov och löst frågeställningar. Det handlar om att titta på vad andra offentliga aktörer som kommuner och myndigheter gjort, men också vad andra aktörer som inte står för en offentlig verksamhet (som t.ex. ur näringslivet, leverantörer inom webb och digitalisering, PTS m.fl) åstadkommit baserat på behovsanalyser, kundönskemål etc. Under rubriken faller också aktuella undersökningar om olika målgruppers beteenden, preferanser etc., liksom forskning på området.



I den här delen sker också en traditionell s.k. ”webbanalys” för att övergripande, överskådligt och samlat konstatera och förmedla en lägesbild över interna och externa behov och förväntningar.

## **Lösningförslag och förankring (november 2016–februari 2017)**

Kartläggningsfasen ger en bild av hur behoven ser ut och är en början till att visa på hur lösningarna i sin tur kan se ut och vilka förändrade arbetssätt som kan vara aktuella, såväl internt som externt.

Resultatet av den första fasen sammanställs i den här andra fasen i ett förslag till lösningar som återkopplas och förankras i de grupper som varit delaktiga i kartläggningsfasen. I förslaget finns också beskrivet ansvarsfördelning och rutiner, liksom behov av styrdokument och finansiering.

Förslaget till lösning kommer självfallet att innehålla flera dellösningar och i vissa fall troligen valmöjligheter mellan flera vägar/strategier, men gemensamt är att alla är förankrade i konstaterade behov och har ett tydligt syfte. Den underliggande informationsstrukturen räknar vi med är föränderlig efter behov framgent, men att det finns en grundarkitektur som är beständig under en längre period.

## **Beställning (prel. mars–augusti 2017)**

Förslaget till lösning är efter förankring m.m. underlag för inventering av vad som redan finns av befintliga lösningar i kommunverksamheten och underlag för beställning av det som måste investeras i i form av t.ex. möjliggörande teknik, men även informationsinsatser, utbildningar, resuromfördelningar etc.

Här tas tidsmässigt höjd för att tillgodose kraven i LOU vid konstaterat behov av upphandling, inte minst underlag för ev. funktionsupphandling/ar. I den här tidsperioden kan också finnas utrymme för tester, demo och utvärdering av föreslagna lösningar.

## **Implementering/genomförande (prel. september–december 2017)**

Den sista fasen är att omsätta projektets resultat i handgriplig verkstad i kommunverksamheten. En detaljerad införandeplan med tydlig ordningsföljd och avstämnings-/uppföljningspunkter ligger till grund för implementeringen och har en egen kommunikationsplan. Här kommer att finnas aktiviteter kring utbildning, anpassning, formgivning etc., liksom utrymme för utvärdering och analys.

## **Vad projektet *inte* omfattar**

Projektledaren arbetar med det framåtsyftande projektet. Den innebär att han inte deltar i det dagliga arbetet i våra befintliga kanaler och uppdaterar alltså inte t.ex. hemsida eller sociala medier. Dokument- och ärendehanteringssystem, vissa andra verksamhetssystem, politikerportalen, e-tjänster i den form de finns idag, Kontakt Simrishamn, kommande crm-



system är annat vars drift/underhåll/utveckling inte ingår i uppdraget, men där projektets resultat kan/kommer att påverka vilka lösningar som framöver kommer att användas.

### **Exempel på grundförutsättningar**

Det finns grundförutsättningar som projektet inte påverkar. Exempel på sådana är t.ex. att kommunen även framöver kommer att ha en hemsida som en one-stop-shop för information, att de digitala lösningarna följer industristandard vad beträffar t.ex. kod (W3C II etc. enligt PTS:s riktlinjer), är tillgänglighetsanpassade och att de är responsiva. Kommande lösningar ska också inlemmas i kommunens grafiska profil, men sättet att göra det på ingår inte i uppdraget.

### **Vem är projektledare?**

Vår projektledare heter Jon Högman, är 30 år och bor i Malmö. Hans bakgrund är bl.a. en kandidatexamen i medieaktivism, strategi och entreprenörskap från Malmö högskola. Han har varit projektkoordinator vid samma högskola, men också varit projektledare hos SSU och regionchef i Stockholm för Sveriges elevkårer.