

REGION  
JÄMTLAND  
HÄRJEDALEN



**Kommunikationspolicy**

**Version: 1**

**Ansvarig: Gun Råberg Kjellerstrand**

Gun Råberg Kjellerstrand

2016-04-12

Dnr: RS/369/2016

## ÄNDRINGSFÖRTECKNING

Version	Datum	Ändring	Beslutat av
1.	2016-04-12	Nyutgåva	Regionfullmäktige 2016-04-12 § 53

### Inledning:

Kommunikation med och inom Region Jämtland Härjedalen har som syfte och mål att

- stödja organisationens löfte, visionen: *En region att växa i och längta till*

Gun Råberg Kjellerstrand

2016-04-12

Dnr: RS/369/2016

- spegla och förmedla kärnvärdena *välkomnande, handlingskraftig och pålitlig*
- stärka organisationens förtroendekapital samt motverka att förtroendet minskar
- underlätta för medarbetarna att nå de mål som styrelse och direktör satt upp
- vara normvidgande och ha en tydlig och enhetlig avsändare, det vill säga följa den beslutade grafiska profilen
- bidra till att platsvarumärket stärks och att attraktionsvärdet för regionen ökar

Roller och ansvar finns beskrivna i delegationsordningen.

Miljöaspekten ska beaktas vid all kommunikation vilket innebär att det ska produceras så lite tryckt material som möjligt.

### **Målgrupper:**

Region Jämtland Härjedalen har ett antal huvudsakliga intressenter: Patienter, medarbetare, presumtiva medarbetare, studenter, presumtiva studenter, forskare, forsknings- och utbildningsorganisationer, politiker och politiskt styrda organisationer, allmänhet och media.

### **Budskap:**

Budskapet är basen i all kommunikation, det ska stärka och förtydliga bilden av Region Jämtland Härjedalen och dess verksamheter. Budskapet anpassas till intressenter och kanaler och konkretiseras med fakta och argument.

### **Intern kommunikation:**

Den interna kommunikationen ska präglas av öppenhet och dialog, jobba utifrån varumärkespolicy och bidra till att Region Jämtland Härjedalen uppfattas som en attraktiv arbetsgivare. Kommunikationen ska ge medarbetare kunskap och underlag för att fatta beslut, nå uppsatta mål samt generellt leda till en högre kvalitet i arbetet.

### **Extern kommunikation:**

All extern kommunikation ska grunda sig i varumärkespolicy. Medierna har en lagstadgad rättighet att bevaka offentlig verksamhet och spelar en viktig demokratisk roll. Journalister ska snabbt ges möjlighet att komma i kontakt med utvald företrädare med ansvar för aktuell fråga. Både traditionella massmedier och sociala medier ska betraktas som en möjlighet för organisationen att nå ut till medborgarna. Kommunikationsavdelningen äger och utvecklar kanaler och fungerar som en kvalitetssäkring av organisationens externa kommunikation.