

falun.se/



Kommunikationsplattform

Antagen av kommunfullmäktige 150507

FALUN



Om kommunikationsplattformen

I dag har alla ett varumärke – företag, personer, organisationer och så även kommuner. För att bygga ett starkt varumärke behöver vi veta vilka vi är och vad som gör oss unika. Ett varumärke är ingenting du äger, utan handlar om hur du uppfattas av andra – ett varumärke är den sammantagna upplevda känslan av och associationerna till exempelvis ett företag, en produkt, en verksamhet, en person, ett land, en stad eller en kommun.

I kommunikationsplattformen definierar vi vilka vi är, vad som gör oss unika, vad vi ska säga och till vilka. Genom att utgå från samma plattform kan vi kommunicera mer effektivt och konsekvent och säkerställa att vi långsiktigt förmedlar samma bild av Falu kommun. Själva plattformen ska vi inte kommunicera, utan den ska fungera som ett stöd för hur vi ska tänka, kommunicera och agera som kommun, och fungera som stöd i både stora frågor och i det dagliga arbetet. Den omfattar alla verksamheter i kommunen och fungerar som bas i arbetet med att formulera en struktur för kommunikations- och marknadsföringsstrategier. Plattformen är en förutsättning för att vi ska kunna vara konsekventa i vår kommunikation, externt så väl som internt och är ett verktyg för att komma närmare vår vision »Ett större Falun«.

Arbetsprocessen

I arbetet med kommunikationsplattformen har både nuvarande Falubor¹ och före detta Falubor engagerats genom inflyttar – och utflyttarenkäter. Fokusgrupper med Falubor i åldrarna 14–80 år har genomförts liksom djupintervjuer med Falubor samt en webbenkät. Totalt har cirka 1470 personer medverkat, förutom alla de tjänstemän, företrädare för de kommunala bolagen, förtroendevalda och sammarbetspartners som också varit delaktiga i arbetet. Tillsammans har de fått tycka till om Falun – vad som fungerar bra eller mindre bra, beskriva hur de berättar om Falun för andra, varför man väljer att flytta till eller flytta från Falun, vilka styrkor de ser att vår kommun har och hur de skulle vilja att Falun utvecklas. Alla idéer, synpunkter och tankar som framkommit i arbetet bildar tillsammans med visionen »Ett större Falun« grunden i kommunikationsplattformen.

För att arbeta fram ett löfte till våra målgrupper, som presenteras i plattformen, har vi tittat på vilka tillgångar Falun har och vilka fördelar som de tillgångarna ger – exempelvis att Falun är en del av Dalarna, har ett rikt kulturliv, ett aktivt näringsliv, en levande landsbygd och har en av Europas mest kompletta arenor genom Lugnet. Genom dialogen med nuvarande och före detta Falubor har vi tagit reda på hur Falun uppfattas – vilket ligger till grund för de värdeord som presenteras i plattformen. Värdeorden hjälper oss att definiera vad Falun står för och lovar – vårt löfte, som ska fungera som en ledstjärna för all kommunikation.

¹ När begreppet ”Falubor” används i dokumentet avses alla som bor i det geografiska området Falu kommun.

Våra värdeord

Våra värdeord beskriver hur vi vill att Falun kommun ska uppfattas. Det handlar om den känsla och de egenskaper som vi vill förknippas med. Värdeorden är en spegling av våra värderingar. Värdeorden ska guida oss både när vi kommunicerar men fungerar också som vägledande i andra sammanhang där bilden av Falun ska förmedlas. Om vi agerar utifrån våra värdeord kommer vi att leva upp till våra värderingar; att vara till nytta för Faluborna och vara enkla att samarbeta med. De går att använda var för sig, men det är tillsammans de är som allra starkast.

Genuin

Att vara genuin handlar om att vara äkta, trovärdig och öppen. Och det är vi. Vi står för det vi säger och vi krånglar inte till saker och ting. Med Faluns över 1 000 år långa historia är det svårt att inte tänka på ordet genuin. Vår fina stad, våra mysiga torg och vår vackra landsbygd har en alldeles speciell genuin utstrålning. Vårt världsarv är ett unikt minne över Sveriges tidigaste historia som industrination och en stor del av vår genuinitet. Men det handlar inte om att allt var bättre förr, eller att bevara det som varit. Man kan vara både genuin och modern. Idag är Falun en del av världen och världen är en del av Falun.

Angelägen

Att vara angelägen handlar om att bry sig. Vi bryr oss om våra invånare och besökare, både nya som gamla. Vi är angelägna om att de ska trivas och ha det bra i vår kommun. Vi är även angelägna om vår framtid. Hållbarhet är viktigt för oss i alla aspekter och dimensioner, vi ska vara hållbara inom tillväxt, folkhälsa och miljö. Det kommer våra barn och kommande generationer Falubor tacka oss för. Den som är angelägen är också intresserad. Vi är intresserade av vår omvärld och av vad människor har för tankar och idéer. Ju mer som intresserar oss desto bättre. Den som är angelägen bjuder inte bara på kaffe, den ser även till att du får socker, mjölk och att kaffet smakar som det ska. Angelägenhet innebär att ha ett driv i det vi gör. Det gäller att visa sig angelägen, att vara engagerad och få igenom saker. Då mår en kommun som allra bäst.

Aktiv

Att vara aktiv handlar om att skapa möjligheter. Vi vill att så många som möjligt ska kunna leva ett aktivt liv i Falun. Vårt stora utbud av idrotts- och fritidsaktiviteter runt om i kommunen är givetvis en viktig grund. Men det är lika nödvändigt med ett rikt kulturliv, ett drivande näringsliv och en levande besöksnäring. Allting levande behöver utvecklas, så även Falun. Då gäller det att vara aktiv. Vi väntar inte på att saker ska hända, vi ser till att de händer. Vi är helt övertygade om att den som är aktiv mår bra och har det roligt. Och det är så vi vill ha det i Falun.

Inspirerande

Att vara inspirerande handlar om att vara uppmuntrande – i Falun säger vi hellre ja än nej. En person som är inspirerande vill man gärna umgås med. Falun måste alltid kännas inspirerande, nytänkande och på väg framåt. När man pratar inspiration förs tanken lätt in på ungdomar, men vi är inspirerande för alla. Det spelar ingen roll om du är gammal, ung, läkare, nysvensk, florist eller hårdrockare. Det är kul och inspirerande att bo i Falun. Vi föregår också med gott exempel, det är viktigt att vi driver event, arrangemang, och annat som gör platsen levande. Lyckas vi bra inspirerar vi hela vår kommun till stordåd.

Vårt löfte – Alltid liv och rörelse

Vi ska i alla sammanhang förknippas med begreppet »Alltid liv och rörelse« och vara en händelserik plats där det råder framåtanda, det är ett övergripande löfte till vår omvärld. Genom att agera utifrån vårt löfte kommer vi också att ta oss närmare vår vision och bli »Ett större Falun«.

Vårt löfte ska inte kommuniceras ordagrant utan är en utgångspunkt i all kommunikation – det är en känsla som ska förmedlas i all kommunikation. »Alltid liv och rörelse« handlar inte bara om idrottsliv och fysiskt aktivitet. »Alltid liv och rörelse« ska avspegla sig i alla delar av vår kommun och vi som kommun ska verka för det:

- »Alltid liv och rörelse« betyder att vårt näringsliv är levande. Det finns jobb här och verksamheter vill flytta hit. När konferenser och kongresser anordnas känns de spännande och nytänkande. Vi är en plats som andas driv och framåtanda, öppenhet och tolerans.
- »Alltid liv och rörelse« betyder att vi har ett levande och öppet kulturliv. Alla människor har rätt och möjlighet att ta del av kultur i olika former. I vår kommun står det aldrig still, här händer det hela tiden nya roliga och intressanta kulturella aktiviteter.
- »Alltid liv och rörelse« betyder att hela vår kommun lever. I vår stadskärna finns det puls, våra gator myllrar av flanörer och det finns saker som inbjuder till aktivitet både dagtid och kvällstid. Vår lockande landsbygd sjuder av naturnära aktiviteter och upplevelser, men här finns också ett lugn. Det är lätt att ta sig till och från vår kommun, och att röra sig mellan kommunens olika delar för att ta del av kontrasterna mellan stad och landsbygd.
- »Alltid liv och rörelse« betyder att vi uppmanar till en aktiv fritid och erbjuder bra möjligheter att utöva idrott, men också ett lättåtkomligt friluftsliv med nära till naturen. Vi ligger i framkant när det gäller motionsanläggningar både för elit och motionär, och satsar på att arrangera tävlingar och evenemang.
- »Alltid liv och rörelse« betyder att Falu kommun som organisation är aktiv och välkomnande. Vi säger hellre ja än nej, tar tag i uppdrag själva och uppmuntrar påhittighet och driv. Det innebär också att vi tänker hållbart, vi skapar ett Falun även för våra barn och kommande generationer. När det gäller HBTQ- och jämställdhetsfrågor är vi hela tiden i framkant. Vi följer med i tiden och är öppna för nya intryck och nya människor – i Falun finns plats för alla.

Vår strategi

Vårt löfte är en ledstjärna och en känsla som ska förmedlas – i vår kommunikation ska det avspeglas och våra värdeord ska guida oss. Det påverkar vilka vi prioriterar att kommunicera med, var vi berättar om oss och hur vi berättar om oss. Det är när alla delarna hänger ihop och förstärker varandra som vi lyckas med att uppfattas som en plats med *»Alltid liv och rörelse«*.

Våra målgrupper

Vi vill att våra målgrupper ska känna att Falun är en plats som är angelägen, som har ett driv och vill ha med alla på resan framåt. Vi vill att de ska veta om vår långa historia och att den har utvecklat oss och att vi vill växa. Alla som har en relation till Falun är vår målgrupp, men vi väljer i vår kommunikation att fokusera på fyra målgrupper:

■ Falubor – våra invånare

Vi vill att våra invånare ska vara stolta över sin kommun och berätta om det för andra. Vi finns till för Faluborna och det är vår uppgift att se till att alla människor i vår kommun känner att kommunen är full av liv och rörelse. På alla plan och på alla fronter ska de få känslan av att det händer saker där de bor, såväl i centrala Falun som i övriga delar av kommunen.

■ Turister och besökare

Vi vill att människor ska vilja besöka vår kommun. Genom aktiviteter, evenemang, arrangemang och annat som andas liv och rörelse kommer vi att bli en plats det talas om. Vi vill göra människor nyfikna på vår kommun, och de ska vilja berätta om oss. När de besöker oss välkomnar vi dem med öppna armar.

■ Näringsliv

Vi vill att näringslivet ska fortsätta utvecklas – näringslivet är viktigt för oss, de är en viktig del för att vi ska uppfattas som en plats där det finns en framåtanda. Om våra företagare i kommunen trivs och berättar om det i sina nätverk så att nya företag och verksamheter ska både startas här och flyttas hit – det ger driv och framtidsanda. Om företag ska vilja etablera sig i vår kommun måste det också vara attraktivt för dess personal att leva här.

■ Potensiella Falubor

Vi vill göra Falun mer valbart. Att flytta till en ny plats är ett stort beslut, ofta har du en relation till platsen du flyttar till. Du har besökt den, har släkt där eller hört väldigt gott om den – därför är det viktigt att det händer saker som lockar besökare till Falun och att vi är en kommun som människor pratar positivt om. idrott, men också ett lättåtkomligt friluftsliv med nära till naturen. Vi ligger i framkant när det gäller motionsanläggningar både för elit och motionär, och satsar på att arrangera tävlingar och evenemang.

Våra metoder

Vår kommunikation ska vara så intressant och inbjudande att mottagaren vill kommunicera den vidare. Vi måste kontinuerligt och konsekvent arbeta för att det vi lovar i vår kommunikation också infrias. Står vi för *»Alltid liv och rörelse«* så måste vi visa det, inte bara prata om det. När vi uppfattas som genuina, angelägna, aktiva och inspirerande då har vi kommit en bra bit på vägen. Då kommer vår omgivning prata om oss, och det bidrar starkt till att vi närmar oss vår vision om *»Ett större Falun«*.

■ Berättelser

Berättelsens förmåga att fånga mottagarens intresse är en gammal metod som fungerar än idag. Vi har en berättelse, både vad gäller historia och framtid, den vill vi föra vidare.

Genom att arbeta med berättelser om vår kommun, som har sin utgångspunkt i vårt löfte, och packeta dem på rätt sätt som gör att andra vill föra berättelsen vidare bjuder vi in till intressanta diskussioner. Vi skapar också fler budbärare av vår kommun.

■ Kanaler

Vi väljer att synas i kanaler som på olika sätt stärker bilden av oss som en kommun i rörelse. Exempelvis bör vi använda oss av rörliga bilder när det är möjligt, det är ett naturligt val för att uppfattas som en kommun som växer och där det alltid är liv och rörelse. Rörliga bilder väcker känslor på ett annat sätt än stillbilder och kan fånga en känsla och föra den vidare. Komplexa budskap kan också förtydligas genom användande av rörlig bild. Budskap kan också skapas på ett sätt som gör att målgrupperna själva blir intresserade av att sprida vårt budskap vidare. Rörliga bilder passar särskilt väl för spridning i sociala medier.

■ Aktiviteter

Evenemang skapar liv och rörelse i vår kommun – både genom själva arrangemangen men också för att det innebär att många involveras i arbetet och många besöker dem. Genom att uppmuntra och genomföra aktiviteter som engagerar visar vi att vi jobbar för att uppfylla vårt löfte, *»Alltid liv och rörelse«*. Vi bör prioritera händelser och evenemang som ligger i linje med vad vi står för och som bidrar till att uppfylla vårt löfte. Vi måste aktivt dra nytta av händelser som ligger i linje med vad Falun står för och fånga upp och berätta om det.

Vår tonalitet

Det språk vi använder och de bilder vi använder har stor betydelse för hur vi uppfattas. Vi vill vara inspirerande, angelägna, genuina och aktiva – då är det viktigt att det framgår, både utifrån sättet vi kommunicerar på och i vårt tonläge.

»Alltid liv och rörelse« ska synas också i språket, i våra texter, måste vi visa att språket utvecklas och är i ständig rörelse – vi använder ett modernt språk och undviker att krångla till det. Vi låter tonaliteten variera beroende på kanal och tillfälle. När vi skriver får vi gärna ha glimten i ögat och bjuda på något extra.

Det är viktigt att bilderna som används i vår kommunikation också gestaltar vårt löfte. Bilderna ska förstärka känslan av att vi är en kommun i ständig rörelse och en kommun full av liv. Människorna på bild ska vara livliga och platserna de vistas i ska vara levande. Men att påvisa rörelse i alla bilder är ingen regel utan en utgångspunkt. Vi använder oss av bilder från hela vår kommun för att tydliggöra att hela kommunen är levande.

