
Kommunikasjonsplan

FOR AVFALL SØR 2017-2020

Vår visjon

← →
Smarte løsninger for
ansvarlig avfallshåndtering



Avfall Sør

Våre verdier



RESPEKT

Å respektere betyr: «Å se en gang til». I Avfall Sør skal vi vise respekt for mennesker, ressurser og miljø. Det handler om å ta hensyn til andre og å være imøtekommende ovenfor kunder og kollegaer. Det handler også om å ivareta sosiale og miljømessige hensyn i vår daglige drift.

KOMPETANSE

Driften og valgene som tas i Avfall Sør bygges på kompetanse. Kompetanse er kombinasjonen av kunnskap, ferdigheter, evner og holdninger de ansatte har.

SAMARBEID

Kulturen i Avfall Sør preges av samarbeid; mellom ansatte, kunder, leverandører, andre bedrifter og myndighetene.

Innholdsfortegnelse

0	Innledning: Kommunikasjon er viktig verktøy	4
1	Strategi	5
2	Intern kommunikasjon	6
2.1	Samspillsregler.....	6
2.2	Avfall Sør – Hvem er vi og hva gjør vi?.....	6
2.3	Organisasjonskart – hvem gjør hva?.....	6
2.4	Hvordan kommuniserer vi med hverandre?.....	6
2.5	Møter og møtekultur.....	7
2.6	Referater.....	8
2.7	Lagring på G: og arkivering i ePhorte.....	8
2.8	Hvordan profilerer vi oss?	8
2.9	Hva gjør vi når en krise rammer en av oss?	9
3	Ekstern kommunikasjon	9
3.1	Målgrupper for kommunikasjon	9
3.2	Hvordan kommuniserer vi utad?	10
3.3	Mediehåndtering.....	11
3.4	Krisekommunikasjon.....	11
4	Tiltak for bedre kommunikasjon.....	12
5	Måling av resultater	12
6	Handlingsplan	13

Kommunikasjon er viktig verktøy

Kommunikasjon er helt avgjørende for kvaliteten i arbeidet vi utfører. Systematisk kommunikasjonsarbeid bidrar til godt omdømme, brukertilfredshet og fornøyde medarbeidere.

Avfall Sør ønsker å ha et godt verktøy for enhetlig og tydelig kommunikasjon, et verktøy som alle ansatte og innleide har et positivt og bevisst forhold til. Kommunikasjonsplanen skal være dette verktøyet – for intern og ekstern kommunikasjon.

Kommunikasjonsplanen skal være forankret i den rullerende avfallsplanen og bestå av en langsiktig og en kortsiktig del. Vi har valgt å bruke ordet kommunikasjonsplan i stedet for informasjonsplan, fordi kommunikasjon bedre beskriver dialog mellom to parter. Målet er at avsender og mottaker av informasjon skal ha mest mulig lik forståelse av budskapet.

Strategi – langsiktig del

Kommunikasjonsplanen skal trekke opp den strategiske kursen for avfallsplanperioden 2017-2020, men samtidig være et levende dokument. Det skal stilles nødvendige ressurser til rådighet og kommunikasjonsplanen skal være med å bygge en helhetlig organisasjon.

Handlingsplan – kortsiktig del

Det utarbeides hvert år en handlingsplan som beskriver interne og eksterne kommunikasjonstiltak. Tiltakene planlegges innen hver enkelt avdeling. Planen skal inneholde informasjonstiltak med tidsangivelse, eventuelle PR-kampanjer eller informasjon om planlagte endringer i avfallssystemet.

Kommunikasjonsplanen ble opprinnelig utarbeidet i 2011 av Marit Saltrøe og Lars Pedersen. Den er oppdatert i 2017 av Gunn S. Hansen og Lars Pedersen.

1 Strategi

Kommunikasjonsarbeidet er viktig for at Avfall Sør AS skal sette sin visjon, mål og strategier ut i livet. Mål, strategier og tiltak er beskrevet i Avfallsplan for Kristiansandsregionen 2017-2020.

Avfall Sør ønsker med visjonen «**Smarte løsninger for ansvarlig avfallshåndtering**» å løse sine oppgaver på en økonomisk, ressurs- og miljøriktig god måte. Det innebærer å legge til rette for økt aktivitet oppover i avfallspyramiden, samtidig som kostnadene holdes på et akseptabelt nivå.

Kommunikasjon vil være det viktigste virkemiddelet for at innbyggerne skal kjenne til avfallsløsningene som finnes og sortere avfallet riktig. For Avfall Sør handler kommunikasjon også om å oppnå et godt omdømme, høy brukertilfredshet og fornøyde medarbeidere.

Tiltak innen kommunikasjon i planperioden:

- Økt bruk av Facebook
- Utvikle skjemaløsninger for kommunikasjon via nettsiden
- Ta i bruk kommunenes løsninger for offisiell digital post
- Vurdere deltakelse i kommunenes satsing på «Min side» eller tilsvarende
- Utarbeide målgruppetilpasset informasjon, blant annet for studenter, skolebarn, fremmedspråklige og beboere i borettslag
- Forbedre informasjon på gjenvinningsstasjonene
- Benytte naturlige møteplasser, som ulike arrangementer, UiA og Byhallen i større grad.

2 Intern kommunikasjon

God intern kommunikasjon er en forutsetning for god ekstern kommunikasjon og et godt arbeidsmiljø. Ledere og medarbeidere skal trekke i samme retning. Vi ønsker å tilrettelegge for en felles bedriftskultur, kjennetegnet av inkludering, gjensidighet og ivaretagelse.

Alle ansatte skal ha god kunnskap om Avfall Sør, våre produkter og våre tjenester. Det skal falle naturlig å snakke positivt om Avfall Sør. Vi skal ha kjennskap til hverandre og vite hvem som gjør hva. Dette vil være med på å bygge en sterk, troverdig og tydelig kultur.

2.1 Samspillregler

Avfall Sør har oppsummert sine samspillsregler i bildet nedenfor. Reglene sier noe om hvordan vi ønsker at alle ansatte skal opptre og oppføre seg overfor hverandre.

CODE REGLER FOR TRIVELIGE ARBEIDSDAGER



2.2 Avfall Sør – hvem er vi og hva gjør vi?

En powerpoint-presentasjon av Avfall Sør forteller kort hvem vi er, og hva vi gjør. Presentasjonen kan for eksempel brukes internt for nyansatte eller eksternt ved besøk. Du finner presentasjonen på følgende sti:

G:\2-Felles-alle selskaper\08-Foredrag-kurs\Presentasjon_Avfall-Sør.pptx

2.3 Organisasjonskart – hvem gjør hva?

Vi har laget eget organisasjonskart der ansvarsoppgaver vises. Organisasjonskartet finner du i mappen: <G:\2-Felles-alle selskaper\01-Organisasjonskart og styredokumenter\>

2.4 Hvordan kommuniserer vi med hverandre?

- Språk: Verbal og ikke-verbalkommunikasjon
Direkte kontakt gjør oss bedre kjent med hverandre og er ofte å foretrekke fremfor å sende e-post. Både muntlig og skriftlig språk skal være enkelt og lett forståelig for avsender og mottaker. Snakk til hverandre, ikke om hverandre. Vanskelige samtaler bør ikke utsettes. Det er viktig å behandle hverandre med respekt. Vær oppmerksom at vi også kommuniserer med vårt kroppsspråk.

Du skal trygt kunne snakke med din leder om ting i ditt ansettelsesforhold uten å være redd for at dette skal komme videre.

- Workplace

Avfall Sør skal etablere Workplace (Facebook for arbeidsplasser) der interne nyheter og aktiviteter legges ut. Eksempler på hva vi kan legge ut:

- Kommunikasjonsplan
- Personalhåndbok
- Organisasjonskart
- Nytt i Avfall Sør - informasjon fra avdelingene
- Referater fra interne møter
- Informasjon fra kurs, seminarer o.l.
- Avfall Sør i media
- Ferieplaner
- Fotos – eksempler fra driften

Workplace vil bli bygd opp med ulike grupper:

- Åpne grupper: Alle kan lese, kommentere og poste ut informasjon
- Lukkede grupper: De i gruppen kan lese og kommentere og poste informasjon, alle andre kan kun se gruppen.
- Egendefinerte grupper: Kun definerte personer kan lese, kommentere og poste informasjon

Workplace skal være en aktiv kanal for Avfall Sørs kvalitetssystem.

- Telefon og mobilbruk samt internt samband Vær konkret, kortfattet, tydelig – og vennlig. Vær oppmerksom på at samtalen også kan høres av andre.

- E-post

Ha fokus på hvem du ønsker å sende informasjon *til*. Dersom du sender melding som *kopi*, signaliserer du at meldingen er til orientering, og ikke noe mottaker nødvendigvis må følge opp. Unngå utsendelser til «alle». Vær varsom med å videresende e-post du har mottatt fra andre. Arbeidsplassens e-post system skal ikke misbrukes – tenk gjennom hva du sender.

Alle i samme selskap skal ha lik e-postsignatur. Vi skal bruke en felles mal. I Outlook vil det bli organisert felles kontakter og distribusjonslister for Avfall Sør. Gi beskjed til kommunikasjonsansvarlig dersom du har en mottakerliste du ønsker flere skal få tilgang til.

- Ryddighet rundt oss

Ryddighet på arbeidsplassen gir et godt førsteinntrykk. Vi holder det derfor ryddig og rent rundt oss – både ute på anleggene, i fellesarealer og inne på kontorene. Møterom og fellesarealer skal ryddes jevnlig og **alltid** etter bruk!

2.5 Møter og møtekultur

Vi møter presis til møter vi skal delta i. Gi alltid beskjed dersom du er forhindret fra å delta eller blir forsinket. Send i det minste en SMS til møteleder.

Forsøk å tidsbegrense møtene og hold oppsatt tidsplan for hvert enkelt møte. Det er mye bedre med hyppigere møter enn møter som trekker ut i tid.

Dersom du er møteleder, lag agenda og forvent at alle møter forberedt til møtet.

2.6 Referater

Det bør sendes møtereferat i etterkant av møter, som minimum inneholder: Tema for møtet, dato, deltagere, konklusjoner/oppsummeringspunkter og aksjoner med ansvar og frister. Dette kan gjøres enkelt i form av en mail til deltagerne.

Når det lages mer formelle møtereferat fra interne møter, skal felles referatmal brukes. Denne finner du på: <G:\2-Felles-alle selskaper\07-Interne møter\Referatmal-AS.docx>

Når møtereferatet er endelig, lagres det på samme sti. Lagring av møtereferater på felles sted gjør det mulig for den enkelte ansatte å følge med på det som skjer i Avfall Sør.

2.7 Lagring på G: og arkivering i ePhorte

Mappestrukturen på G: skal være oversiktlig og gjøre det enkelt å finne frem.

Det som er arkivverdig skal alltid lagres i ePhorte.

2.8 Hvordan profilerer vi oss?

Avfall Sør har en egen profilhåndbok. Profilhåndboka er et levende dokument som stadig oppdateres. Bruk alltid siste versjon som du finner på: <G:\2-Felles-alle selskaper\03-Profilhåndbok>

- Arbeidstøy
Alle ansatte som får tildelt arbeidstøy, skal kun bruke arbeidstøy med Avfall Sørs logo. De som er i direkte kontakt med kunder skal ha ekstra fokus på dette.
Bruk profilhåndboka når arbeidstøy og lignende skal bestilles. Det er også viktig å bruke korrekt arbeidstøy i møte med media.
- Kleskode
Vær bevisst på at du representerer Avfall Sør i møte med kunder, pressen eller på representasjonsoppdrag. Et godt omdømme bygges også i disse situasjonene. Ansatte anmodes å bruke profilert tøy i slike anledninger. Hvis flere fra virksomheten deltar, anbefales det å koordinere kleskode.
- Bestilling av brevark og konvolutter.
Økonomiavdelingen er ansvarlig for bestilling av kopiark, toner, brevark, konvolutter etc.
- Logo
Det skal kun benyttes logo med «Avfall Sør». Det er to versjoner av logoen som benyttes ut fra hva som passer best; en liggende og en kvadratisk. Diverse filformat er lagret her: <..\..\2-Felles-alle selskaper\02-Logoer\Avfall Sør AS\2016>. Behov utover normal bruk av logo, tas opp med kommunikasjonsansvarlig.
- Bruk av bilder
De fleste bildene er lagret på server: N. Støleheia har sine bilder lagret på egne server. Ved behov for foto til Powerpoint, annonse, trykk eller annet kan kommunikasjonsansvarlig kontaktes.
- Skilting
All skilting skal avtales og bestilles gjennom kommunikasjonsansvarlig. Det er viktig at vi kvalitetssikrer skiltbruk i forhold til profilhåndboka.
- Informasjon/annonser/trykksaker
Ved større utsendelser, annonser ol. skal kommunikasjonsansvarlig være med å kvalitetssikre informasjon i henhold til gjeldende profilhåndbok.

2.9 Hva gjør vi når en krise rammer en av oss?

Dårlig håndtering av kriser gjør kriser verre – god og umiddelbar håndtering begrenser konsekvenser og skader. Alle ansatte skal ha kjennskap til hvem som gjør hva når en krise rammer. Administrerende direktør sammen med avdelingsledere fungerer som kriseledelse. Bedriftshelsetjenesten brukes som støtteapparatet ved hendelser og ulykker, spesielt der ansatte er involvert.

Instruks for krisehåndtering skal utarbeides i Stamina Interaktiv, hvor alle ledere med personalansvar har tilgang. Kriseinstruks skal være tydelig og konkret om tiltak på kort og lang sikt. Kriseinstruks skal ta vare på alle parter som er berørt, den skal definere roller og være basert på ryddighet, tydelighet og åpenhet i forhold til media og omverden.

3 Ekstern kommunikasjon

God ekstern kommunikasjon starter internt. Alle ansatte må ha kunnskap om våre produkter og tjenester og vite hvordan de skal opptre overfor våre abonnenter. Et godt omdømme bygges gjennom bevisst satsing på kommunikasjon. Den enkelte ansatte er aktiv, åpen og tilgjengelig for henvendelser. Vi lytter og ønsker dialog.

3.1 Målgrupper for kommunikasjon

Avfall Sør fokuserer på forskjellige målgrupper for å kunne gi best mulig informasjon om våre ulike tilbud. Vi lager opplysende informasjon som er lett tilgjengelig og som er med på å skape gode holdninger.

Målgrupper:

1. Innbyggerne
 - Barn og unge (barnehager, skoler og studenter)
 - Fremmedspråklige
 - Lag og foreninger
2. Våre abonnenter
 - Husholdningsabonnenter
 - Eneboliger og rekkehus
 - Borettslag og sameier
 - Fritidsboliger
 - Kommunale boliger
 - Studentboliger og hybler
 - Kunder på gjenvinningsstasjonene
 - Private kunder
 - Næringskunder
 - Kommunale næringskunder
 - Skoler
 - Barnehager
 - Sykehjem
 - Administrasjonsbygg
3. Politikere og kommunestyrene
4. Styret i Avfall Sør
5. Media (se 1.2.3)
6. Våre underleverandører
7. Andre avfallsselskaper
8. Besøk fra kommuner og andreselskaper

3.2 Hvordan kommuniserer vi utad?

- Språk, verbal- og ikke verbalkommunikasjon

Alle ansatte skal ha kunnskap om god og korrekt muntlig kommunikasjon. Vi skal opptre høflig og vennlig, men det er lov å si fra om at utskjelling og støtende språkbruk ikke er akseptabelt.

Skriv enkelt, lett forståelig og konkret. Dette skaper tillit. Bruk norsk rettskrivning som mal for det du skriver. Nevn det viktigste først. Bruk dekkende og lettfattelige overskrifter og mellom- titler når det er nødvendig. Vær oppmerksom på at mange leser det som står «mellom linjene» eller leser slik at de får bekreftet sine forhåndsoppfatninger.

Du kan finne gode tips om godt språk på: Språkrådet.no

- Hjemmeside

Hjemmesiden skal til enhver tid være oppdatert. Den skal gi god informasjon til alle våre målgrupper. Alle tekster kvalitetssikres minimum en gang pr. år. Det etableres en fast gruppe der en fra hver avdeling er delaktig i kommunikasjonsarbeidet.

- Telefon og mobilbruk, SMS

Snakk enkelt og tydelig. Tilpass språket til mottakeren. Vi legger til rette for at våre abonnenter kan motta SMS-varsling om bl.a. tømmedag for grønn dunk.

- E-post og brev

E-post skal besvares på samme måte som du ville besvart et brev. Sørg for å kvalitetssikre språk og innhold. Avfall Sør er underlagt «Lov om behandlingsmåten i forvaltningssaker» (forvaltningsloven). I samsvar med denne loven skal vi lage en rutine for korrekt saksbehandling i Avfall Sør. Alle utgående brev med enkeltvedtak skal ha to underskrifter. Følg Avfall Sørs rutiner for hva som skal arkiveres i ePhorte.

- Facebook

Avfall Sør bruker Facebook som en kanal for å kommunisere med våre målgrupper.

- Målgruppetilpasset informasjon

Vi satser aktivt på å lage informasjon rettet mot en eller flere målgrupper. Vi har spesielt fokus på hvordan budskapet blir oppfattet av barn og unge samt fremmedspråklige. Muligheten for informasjon som vedlegg til faktura må utnyttes.

- Informasjonskampanjer

Kampanjer må samordnes med mål i avfallsplanen og felles kampanjer i nasjonal regi (spesielt i regi av Avfall Norge).

- Annonser

Kortfattet informasjon for innrykk i media, lages i samsvar med årshjul for kommunikasjon.

- Pressemeldinger

En pressemelding er spesielt utformede meldinger som sendes til media for å spre informasjon med nyhetsverdi. Pressemeldingene utformes sammen med kommunikasjonsansvarlig.

- Leserinlegg

Korte tekster der du gir uttrykk for hva Avfall Sør mener i en enkelt sak, gjerne som svar på andre leserinnlegg. Kommunikasjonsansvarlig avgjør sammen med administrerende direktør og avdelingsleder hvem som skriver og hva vi eventuelt skal svare på.

- Debatt

I en debattartikkel argumenterer du for et bestemt syn i en sak, eller tilbakeviser synspunkter som andre har kommet med. Utformes sammen med kommunikasjonsansvarlig.

3.3 Mediehåndtering

Mediene kan være et virkemiddel for Avfall Sør til å oppnå strategiske mål og få oppmerksomhet. Mediene kan gjøre oss synlige overfor kunder, konkurrenter og samarbeidspartnere. Det er derfor vår utfordring å kommunisere på en riktig måte til mediene.

- Hvem er vår kontakt mot media?

Generell mediekontakt koordineres av kommunikasjonsansvarlig.

Kommunikasjonsansvarlig avgjør sammen med administrerende direktør eller avdelingsleder hvem som skal uttale seg i den enkelte sak. Den enkelte ansatte skal kunne henvise media til sin leder for å avklare hvem som bør svare.

Når du blir intervjuet

Forbered deg godt før intervjuet. Unngå å ta intervjuet på sparket. Ta deg tid til å tenke gjennom målgruppe, budskap, argumenter og formuleringer på forhånd. Snakk ikke for fort, vær kortfattet og enkel.

- Noter journalistens navn og hvilket medium vedkommende representerer.
- Avklar hva spørsmålene dreier seg om, og sjekk om det er du som skal svare. Presiser at du gjerne vil at spørsmålene skal besvares på beste måte.
- Spør om journalisten har snakket med andre i Avfall Sør om saken.
- Presiser hva du selv har kompetanse på. Er du usikker på svaret, be om å få ringe tilbake, eller tilby å sende skriftlig svar på spørsmålet innen en frist dere blir enige om.
- Gjør avtale om gjennomlesning/godkjenning av artikkel/intervju hvis dine opplysninger skal brukes som direkte eller indirekte sitat.

Avfall Sør legger til rette for opplæring i mediehåndtering for de som skal uttale seg.

3.4 Krisekommunikasjon

En krise er en alvorlig hendelse, som ulykker eller alvorlige feil i tjenestene fra selskapet. Mangelfulle rutiner ved kriser kan føre til at Avfall Sør får et dårlig omdømme. En krise blir virkelig alvorlig først når den blir dårlig håndtert, eller det går for lang tid før vi tar fatt i den.

Når uventede og dramatiske hendelser inntreffer, bryter de hverdagslige rutinene sammen. Mange av oss blir rådvile i slike situasjoner, og kan foreta lite gjennomtenkte handlinger, uttrykke oss i affekt eller bli handlingslammet. I en presset situasjon er det viktig å ha klart for seg hvem som har ansvar for hvordan vi formidler det inntrufne i vår egen organisasjon og til omverden.

Alle i Avfall Sør skal ha kunnskap om hvordan vi håndterer en krise og hvem som gjør hva når en krise rammer. Selskapet må ha klare instruksjoner og rutiner som dekker disse feltene:

1. Hvem har ansvar for hva i en krise.
2. Prinsipper for kommunikasjon (åpenhet, tydelighet, ærlighet, også om forhold som ikke er avklart.)
3. Hvem som må tas hånd om først, for eksempel skadde og indirekte berørte i ulykkesituasjoner.
4. Offentlige instanser og redningsenheter som må kontaktes.
5. Avvikling av kriseøvelser i hele eller deler av organisasjonen.
6. Jevnlige gjennomganger av kriseplaner, gjennom øvinger, samtaler og rollespill.
7. Gi nye ansatte en innføring i kriseplaner ved tiltredelse.
8. Nøkkelpersoner må få opplæring om psykologiske reaksjoner ved kriser, hva som kan forventes av den enkeltes atferd, riktig stemmebruk, ordvalg etc.
9. Plan for bistand når hendelser og situasjoner vedvarer, for eksempel krisepsykolog og ekstern kommunikasjonshjelp.

4 Tiltak for bedre kommunikasjon

Avfall Sør ønsker å ha fokus på god kommunikasjon både internt og eksternt. For å få dette til foreslår vi følgende tiltak:

- Opprette en intern kommunikasjonsgruppe med representanter fra hver avdeling som jobber aktivt med nye/bedrekommunikasjonstiltak.
- Tilby opplæring i god kommunikasjon til ansatte som har publikumskontakt;
 - Kundebehandling og tiltaleformer for ansatte på gjenvinningsstasjonene
 - Spesialiserte kurs for ansatte på kundesenteret
 - Alminnelige kjøreregler for språk, stemmebruk, tiltaleformer etc. på telefon og i møte med medarbeidere og publikum
- Tilby opplæring i mediehåndtering;
 - Administrerende direktør
 - Avdelingsledere
 - Driftsledere
- Jobbe aktivt for å få til en felles, sterk kultur i Avfall Sør. Eksempler på aktiviteter vi kan gjøre sammen:
 - Morgenmøter og andre småtreffpunkter
 - Allmøter
 - Julebord
 - Sommerfest
 - Annet
- Vi lærer mer om kommunikasjon ved å delta på passende kurs eller konferanser.

5 Måling av resultater

Vi kan finne ulike måter å måle om vi har lyktes med kommunikasjonsarbeidet, og søke nye muligheter for å styrke dette arbeidet:

- Lederne ansvarliggjøres
- Medarbeiderundersøkelser
- Brukerundersøkelser eksternt
- Benchmarking
- Antall treff på våre nettsider
- Positive eller negative medieoppslag – også de vi selv har tatt initiativ til
- Telle antall klager og henvendelser
- Antall utgitte publikasjoner

6 Handlingsplan

Det er viktig at alle avdelinger tar del i prosessen med å utforme neste års kommunikasjonstiltak.

Hver avdeling skal derfor lage et forslag til prioritert tiltaksplan for sin avdeling innen 1. juli hvert år. Tiltaksplan skal inneholde opplysninger om:

- Kommunikasjonsaktiviteter – Hva skal vi prioritere neste år?
- Målgrupper og budskap – Hvem ønsker vi å nå? Hva vil vi fortelle?
- Tiltak og kanaler – Hvordan får vi dette til? Hvilke kanaler skal vi bruke?
- Tidspunkt – Når skal det skje?
- Ansvar – Hvem i avdelingen er ansvarlig?
- Kostnader – Hvor mye penger settes av?

Avfall Sørs interne kommunikasjonsgruppe går gjennom avdelingenes tiltaksplaner og sammenfatter disse til en felles tiltaksplan. Denne legges frem for ledergruppa i god tid før budsjettbehandlingen, innen 1. september hvert år.

Prioriteringene i budsjettet vil påvirke i hvilken grad vi lykkes med kommunikasjonsarbeidet.

Når budsjettet for neste år er vedtatt, lager kommunikasjonsansvarlig den endelige planen for Avfall Sørs kommunikasjonstiltak dette året. Slik får vi et godt arbeidsredskap for å planlegge arbeidsinnsats og tidsfrister.

Handlingsplanen rulleres hvert år og status for måloppnåelse legges frem for ledergruppa.