



Helseinnovasjonsenteret

KOMMUNIKASJONSSTRATEGI

2019- 2022



Innhold

Innledning	1
1. Om oss	2
Rammebetingelser	2
Visjon, mål og strategier	2
2. Prinsipper for vår kommunikasjon	3
3. Målgrupper	3
4. Kanaler	4
5. Ansvar og organisering	4
6. Kommunikasjonsutfordringer	5
7. Strategi og mål	5
8. Implementering	6

Innledning

Dette dokumentets funksjon er å sikre helhetlig og god kommunikasjon internt og eksternt, og å kommunisere strategisk slik at Helseinnovasjonssenteret AS (heretter kalt HIS) oppnår sine overordnede mål. Kommunikasjonsstrategien henger tett sammen med HIS sin visjon, overordnede strategier og mål.

Det å kommunisere handler om utveksling av informasjon for å oppnå økt felles forståelse. Denne kommunikasjonsstrategien skal brukes av alle ansatte og bidra til mer bevissthet om hvordan vi kommuniserer i ord og handlinger, som en del av HIS. Strategien er utviklet av kommunikasjonsansvarlig i tett samråd med administrerende direktør.

I dette dokumentet tar vi for oss hvordan HIS skal bruke kommunikasjon for å oppnå ønsket fremtidig posisjon. Kommunikasjonsstrategien skal levendegjøres gjennom en plan for handling og tiltak som konkretiserer hva som skal gjøres, av hvem, og når.

1. Om oss

Rammebetingelser

Lowverk

HIS forholder seg til Offentlighetsloven som sikrer at offentlig virksomhet drives åpent og gjennomsiktig, for på den måten å styrke informasjons- og ytringsfriheten, den demokratiske deltakelsen, rettssikkerheten for den enkelte, tilliten til det offentlige, og kontroll fra allmennheten. HIS forholder seg til Lov om behandling av personopplysninger når det gjelder innhenting, lagring og håndtering av personopplysninger.

Etiske retningslinjer

HIS har utviklet etiske retningslinjer som sier noe om hvordan ansatte skal forholde seg til hverandre og omverdenen. Formålet med de etiske retningslinjene er å sikre forsvarlig etisk praksis og definere felles etiske standarder. Disse prinsippene ligger til grunn for all samhandling og kommunikasjon.

Organisasjonsform, eiere og styre

HIS er et non- profitt offentlig aksjeselskap fra 1.november 2019 og har kommuner, fylkeskommune og helseforetak som aksjonærer på eiersiden. Administrerende direktør har daglig ledelse av HIS og rapporterer til styret, som er ansvarlig for drift av organisasjonen. Generalforsamlingen utøver aksjeeiernes øverste myndighet i organisasjonen. Styret og eiere skal ivaretas med god informasjon om HIS sin aktivitet og er en definert målgruppe for vår kommunikasjon.

Grunnfinansiering av HIS er finansiert gjennom fast post på Statsbudsjettet fra og med 2020. Kommunikasjonsmessig betyr dette at HIS må holde politisk ledelse på ulike nivå oppdatert på HIS sin fremdrift og resultat knyttet til vårt samfunnsoppdrag.

Visjon, mål og strategier

Visjon: Sammen for fremtidens helsetjenester

Hovedmålsetting: HIS skal imøtekomme fremtidens utfordringer i helsetjenesten sammen med eiere, samarbeidspartnere og samfunnets innbyggere gjennom å finne nye bærekraftige løsninger på nasjonale helseutfordringer gjennom kunnskap, forskning, utvikling og innovasjon.

Strategiske satsningsområder

Samhandling, Helse- og velferdsteknologi, Helse som næring og Folkehelse.

HIS sine suksesskriterier

Identifiserte suksesskriterier beskrevet i HIS sin forretningsplan er:

- Kjennskap og nærhet til kommuner
- Praksisnær forskning
- Behovskartlegging gjennom samskaping med samfunns-aktører: innbyggere, tjenesteytere, frivillige, næringsaktører, forskningsinstitusjoner

- Samhandling mellom aktørene
- Engasjerte eiere
- Tilgang til ressurser

2. Prinsipper for vår kommunikasjon

HIS har et overordnet kommunikasjonsmål om å *gjøre vår visjon levende*: Vi skal inkludere våre målgrupper slik at de oppfatter at vi er sammen om fremtidens helsetjenester. Vi skal kommunisere tydelig, helhetlig og tillitvekkende med omverdenen.

Tydelig:

Vi skal kommunisere tydelig, troverdig og etterrettelig hvem vi er, hva vi gjør, hvordan vi arbeider, og hvem vi arbeider med.

Helhetlig:

Vi skal kommunisere samstemt og helhetlig i alle kanaler og flater.

Dette betyr blant annet å ha en *helhetlig tone* på vår kommunikasjon, å ha en *felles forståelse* av senterets formål og virksomhet, å ha en *likhet i bruk av begreper*, og å bruke en *helhetlig grafisk profil*.

Tillitvekkende:

Vi er en kunnskapsbedrift og skal være tydelige på hvordan samfunnet kan bruke oss, og ta imot innspill på hvordan vi sammen kan utvikle fremtidens helsetjenester.

Krisekommunikasjon

Helseinnovasjonssenteret skal utarbeide og jevnlig revidere prosedyre for krisekommunikasjon.

Prinsipper for krisehåndtering:

- Informasjon er et lederansvar.
- Den som leder håndtering av den aktuelle krisen er ansvarlig for at informasjon blir gitt korrekt, raskt og målrettet.
- Kommunikasjonsansvarlig skal gi aktiv bistand overfor berørte fagfelt og ledere.
- Informasjonen som gis skal være samordnet fra alle ledd og fremstå enhetlig for mottakeren.

3. Målgrupper

Våre viktigste målgrupper er:

Interne:

Ansatte
Styre
Eiere

Eksterne:

Innbyggerne
Primærhelsetjenesten
Spesialisthelsetjenesten
Brukerorganisasjoner
Utdanningsinstitusjoner
Forskningsinstitusjoner
Næringsaktører
Politisk/administrativ ledelse lokalt, regionalt, nasjonalt
Media

4. Kanaler

Våre viktigste kanaler er:

Interne:

Internmøter
E-post
Teams video eller Skype
Digitale fildelings- og samhandlingssystem

Eksterne:

Nettside
Facebook
Nyhetsbrev
Digitale fildelings- og samhandlingssystem
Teams video eller Skype
Media
Foredrag
Arrangement, konferanser, workshops
Personlige møter
E-post
Faglige tidsskrift /publikasjonskanaler

5. Ansvar og organisering

Kommunikasjonsansvaret følger roller og faglig saksansvar:

Administrerende direktør:

- Lederansvar for kommunikasjon. Sørg for at kommunikasjon og informasjon er integrert i HIS sine plan- og styringsdokumenter.
- Ansvar for å styre kommunikasjonsarbeidet slik at senterets kommunikasjon a) samsvarer med de overordnede strategier og b) bidrar til å oppnå senterets overordnede mål
- Øverste talsperson utad for senteret

Kommunikasjonsansvarlig:

- Faglig ansvar for Helseinnovasjonscenterets interne og eksterne kommunikasjon
- Ansvar for utarbeidelse, gjennomføring og revidering av kommunikasjonsstrategi i tett samarbeid med Administrerende direktør
- Ansvar for å gjøre tilgjengelig aktuell og relevant informasjon overfor senterets målgrupper, eksternt og internt
- Redaktøransvar for nettside, sosiale media og nyhetsbrev
- Primære mediekontakt
- Holde fokus på omdømme- og identitetsbygging
- Ansvar for oppdatering og ivaretagelse av senterets grafiske profil

FoU- leder

- Ansvar for å dele aktuell informasjon fra eget fagområde innad i organisasjonen
- Formidle aktuell informasjon fra eget fagområde gjennom utadrettet virksomhet og dialog med omverdenen
- Ansvar for å produsere og formidle faglige publikasjoner

Alle ansatte:

- Gjøre seg kjent med og kommunisere i tråd med Helseinnovasjonssenterets verdier og kommunikasjonsprinsipper
- Bidra i HIS sin kommunikasjon med omverdenen gjennom aktiv deltagelse i aktuelle fora og produksjon av faglig innhold
- Holde seg faglig oppdatert og dele relevant informasjon som en del av en kunnskapsorganisasjon

6. Kommunikasjonsutfordringer

Aktuelle kommunikasjonsutfordringer:

- Det er vanskelig for omverdenen å forstå hva HIS er, hva HIS gjør og hva som er HIS sin funksjon og nytte i samfunnet
- Det er lett å blande sammen HIS, RRO, Responsteam og USHT
- Det er uklart hva som er unikt med HIS
- Det må avklares og formidles bedre hvordan vi jobber med temaene helseteknologi, folkehelse og helsenæring
- Det må tydeliggjøres hvordan HIS gjennomfører FoUI- arbeid
- Det er behov for å øke formidling av pågående og gjennomførte prosjekt
- HIS forbindes hos mange som kun en lokal aktør
- Teknologifrykt blant innbyggerne som er relatert til blant annet frykt for fravær av menneskelig omsorg
- Internkommunikasjon som er tilpasset ny organisasjon
- Lite kunnskap om hvordan vi oppfattes av omverdenen

7. Strategi og mål

Kommunikasjonsstrategien henger tett sammen med HIS sin visjon, overordnede strategier og mål. Følgende punkt utgjør HIS sin kommunikasjonsstrategi i gjeldende periode:

1. Synliggjøre tydelig hva HIS er og hvordan HIS kan bidra til samfunnet
Mål: *Konkretisere samfunnsverdi*
2. Kommunisere hvordan HIS gjennomfører bruker- og tjenesteorienterte prosesser for å avdekke reelle behov, utføre FoUI – aktivitet, teste og implementere i praksisfeltet
Mål: *Formidle relevant praksis for FoUI – arbeid*
3. Kommunisere med offentlige interessenter om hva vi kan oppnå sammen
Mål: *Sikre bredt regionalt eierskap*
4. Kommunisere HIS sin fagkompetanse til samarbeidspartnere og interessenter
Mål: *Skape høy faglig anerkjennelse*
5. Gjøre visuell profil og kommunikasjon gjenkjennbar og helhetlig
Mål: *Bygge omdømme og merkevare*
6. Definere internkommunikasjon som er tilpasset ny organisasjon
Mål: *Skape tilhørighet og en enhetlig organisasjon*

7. Gjøre innsiktsarbeid knyttet til interessenter og omdømme
Mål: *Måle effekt på kommunikasjonstiltak*

Operasjonelle tiltak for gjennomføring av kommunikasjonsstrategien beskrives i gjeldende Handlingsplan for HIS.

8. Implementering

Kommunikasjonsstrategien skal gjennomgås og gjøres kjent blant alle ansatte. Nye ansatte skal settes inn i kommunikasjonsstrategien. Ansatte involveres i arbeidet med kommunikasjonsstrategien og vil ha en deltagende rolle ved gjennomføring av ulike kommunikasjonstiltak. Kommunikasjonsstrategien gjøres offentlig kjent på våre hjemmesider.



Helseinnovasjonssenteret

www.helseinnovasjonssenteret.no