



FAGFORBUNDET

Kommunikasjonsstrategi for Fagforbundet 2018–2019



Kommunikasjonsstrategi for Fagforbundet 2018–2019

Hovedmål

Fagforbundet skal prege samfunnsdebatten, sette sine prioriterte saker på dagsorden og være den ledende organisasjonen i faglige spørsmål og i lønns-, pensjons- og arbeidstakersaker. Fagforbundet ser kampen for arbeidstakernes lønns-, pensjons- og arbeidsforhold i sammenheng med kampen for den norske samfunnsmodellen.

Verving og kommunikasjon

Fagforbundet verver mange nye medlemmer hvert år. Men organisasjonsgraden i Norge går nedover. Det er færre enn halvparten av de yrkesaktive som i dag velger å være fagorganisert. I offentlig sektor er fire av fem organiserte, men potensialet for å verve medlemmer i offentlig sektor er stort, og Fagforbundet må i enda større grad bli attraktive for disse. Kommunikasjonsstrategien skal underbygge og støtte forbundets vervearbeid. For Fagforbundet er det et avgjørende mål å bidra til å opprettholde det organiserte arbeidslivet og fagbevegelsens innflytelse i samfunnet.

Positiv kommunikasjon

Fagforbundet skal finne og vise fram de gode historiene om den gode jobben de tillitsvalgte og organisasjonen gjør hver dag for medlemmene. Vi skal fokusere på de positive sakene og skryte av forbundets seire. Vi skal legge vekt på de grunnleggende fordelene ved å være medlem i en fagforening.

Medlemmene må få svar

Fagforbundet er på mange elektroniske plattformer, men det finnes utnyttede muligheter for å bedre kontakten og dialogen med medlemmene. På facebook og e-post får vi spørsmål fra medlemmer

og potensielle medlemmer. Denne direktekontakten må vi følge opp, slik at medlemmene blir tatt vare på og tatt på alvor. Ingen melder seg inn i et forbund som ikke viser interesse for dem. Utfordringen må løses i fellesskap, alle ledd i organisasjonen må ta ansvar for at de som henvender seg til oss får svar raskt. Målet er fornøyde medlemmer som får svar på det de spør om, uansett hvordan og til hvem de henvender seg.

Nettsider og ansvar

For å sikre helhet og kvalitet på nettsidene ligger det overordnende redaksjonelle ansvaret hos informasjonsavdelingen. Alle produsenter av innhold på nettstedet forholder seg til en felles nettstrategi (vedlegg). Det skal sikre at nettstedet blir prioritert for å dekke brukernes behov og at det blir brukt på best mulig måte for å bidra til å oppfylle organisasjonens mål.

Kommunikasjonsmål 2018 og 2019

- Være der medlemmene og de tillitsvalgte er. Økt bruk av nettet, digitale løsninger og sosiale medier for medlemskontakt, aktivitet, involvering og engasjement.
- Sette Fagforbundets dagsorden i mediene og prege samfunnsdebatten, spesielt i pensjonsspørsmål, arbeidslivsspørsmål og i kampen for velferdsstaten og offentlige tjenester i egenregi.
- Fagforbundet skal være en åpen og lett tilgjengelig organisasjon. Alle som henvender seg til oss skal få svar raskt – uavhengig av kanal. Rutiner og svarfrister vil sees på i et eget arbeid. Ofte er et svar om at den som spør skal henvende seg til nærmeste tillitsvalgte, svar godt nok.
- Fagforbundet skal være en vervende organisasjon som viser fram den viktige jobben organisasjonen og de tillitsvalgte gjør for medlemmene hver dag.
- Fagforbundet skal legge vekt å nå fram til ungdom.
- I løpet av 2018 og 2019 skal informasjonsavdelinga gjennomføre kommunikasjonskurs i alle forbundsregionene.
- Fagforbundets politiske, faglige og ideologiske budskap skal være tydelig og framføres med tyngde, kunnskap og varme.
- Fagforbundets tillitsvalgte skal alltid være oppdaterte på forbundets politikk og motiverte til å fremme den i sine lokalmiljø og lokalmedia.

Kommunikasjonsstrategien 2018–2019

bygger på følgende:

- Bygge kommunikasjonen på et positivt budskap om hva vi får til, hvorfor det er lurt å organisere seg, og vise fram den jobben våre medlemmer og tillitsvalgte gjør og engasjementet de har – både som fagfolk og mennesker.

- Når du er medlem i Fagforbundet skal du vite at du tilhører et stort fellesskap, at du har mange tillitsvalgte på ditt lag og mer enn 360 000 medlemmer i ryggen.
- Fagforbundet skal være kjent som landets største, sterkeste og beste organisasjon for medlemmenes lønns-, pensjons- og arbeidsvilkår.
- Styrke felleskapet og den norske modellen.
- Tydelige og tilstedeværende tillitsvalgte over hele landet er avgjørende for en sterk og vervende organisasjon. En av hovedoppgavene våre er å støtte opp om de lokale tillitsvalgte slik at de kan gjøre en best mulig jobb. Det gjelder kurs, arbeidsverktøy, informasjon og direkte støtte fra forening, forbundsregion, kompetansesenter og nasjonalt når de trenger det.
- Fagforbundet er kjent for gode yrkesfaglige tilbud til sine yrkesgrupper.
- Fagforbundet skal være en tydelig stemme for likestilling, solidaritet, rettferdighet og inkludering, mot fattigdom og utstøting.

Vedlegg 1: Tiltak

Nett og sosiale medier

- Nettsidene til forbundet og Fagbladet videreutvikles og forbedres fortløpende. Prosjekt fagforbundet.no, medlemsportalen, fagforeningenes og forbundsregionenes nettsider videreføres.
- Økt satsing på annonsering i sosiale medier for å få flere til å melde seg inn.
- Sørg for å bruke facebook som kommunikasjonskanal med medlemmene slik at de får riktig svar fra rett person og/eller organisasjonsledd. Strategien vår er ett forbund – en side.
- Fagforbundet er åpne for debatt på våre sider. Vi skal svare på direkte spørsmål og tilbakevise feilaktige påstander. Vi skal ikke drive saksbehandling eller behandle personopplysninger på nett i sosiale medier og skal fjerne innlegg som er krenkende, rasistiske mv. (Se egne retningslinjer på facebooksidene våre for dette.)
- Sosiale medier innlemmes i alle våre kommunikasjonsopplegg, utspill, kampanjer ol. Vurderer egne aktiviteter/kampanjer kun i sosiale medier.
- Fagforbundet skal inspirere og motivere tillitsvalgte til å bruke nettet og de sosiale mediene.
- Fagforeninger og forbundsregioner skal få opplæring i nettkommunikasjon og sosiale medier av informasjonsavdelinga.
- Etablere yrkesgruppesider som dekker det yrkesfaglige tilbudet, er vervende og gjør det lett å melde seg inn.
- Hjemmesidene til foreningene oppdateres mange steder svært sjeldent. Det er krevende å opprettholde denne kompetansen ute i foreningene. Vi vil gjøre foreningenes nettsider lettere å håndtere, i retning av en ren kontaktside. Nyheter og andre behov for å kommunisere med medlemmene blir dekket gjennom andre kanaler som for eksempel distribusjonsverktøyet i medlemsportalen eller grupper på facebook.

Sette dagsorden i mediene og i samfunnsdebatten

- Det prioriteres en til tre konkrete saker med definerte mål som det jobbes systematisk med over tid for å oppnå. Målet er å konsentrere arbeidet med disse sakene slik at de får gjennomslagskraft i media og i den generelle debatten, og dermed bidrar til å nå Fagforbundets faglige og politiske mål.
- Vi skal fremme enkle budskap og bruke egne medlemmer som eksempler. Fagbladet bidrar til å skape debatt rundt forbundets hovedsaker, blant annet gjennom gode historier der medlemmene står i sentrum.
- Forbundet skal benytte seg av den kompetansen som finnes i relevante miljøer for å få best mulig politisk argumentasjon og fakta om områdene som vi ønsker å sette søkelyset på. (Res publica, Manifest, Agenda, For velferdsstaten med flere)
- Forbundet skal drive med påvirkningsarbeid og ha god kontakt med partier, beslutningstakere, ulike miljøer og personer med politisk og faglig innflytelse.
- Medieutspill følges opp i forbundets egne kommunikasjonskanaler.
- Det er hovedsakelig forbundets leder og de to nestlederne som skal fronte forbundet i media. Resten av AU, og andre brukes der de har naturlig sakseierskap.

En åpen og lett tilgjengelig organisasjon

- Gode og oppdaterte nettsider, som svarer enkelt på de spørsmålene medlemmer og tillitsvalgte har.
- Rask tilbakemelding. Alle som henvender seg skal få svar eller tilbakemelding. Gjelder også dem som henvender seg på e-post, på facebook og twitter. Ofte er et svar om at den som spør skal henvende seg til nærmeste tillitsvalgte, svar godt nok.
- Kompetansesenter, forbundsregionene og fagforeningene bør også ha oppdaterte nettsider og gi rask tilbakemelding til alle som henvender seg til dem.
- Informasjonsavdelinga har ansvar for mediekontakt på nasjonalt nivå, og kan bistå andre deler av organisasjonen ved behov.

Fagforbundets tillitsvalgte skal være oppdaterte og motiverte

- Ha gode nettsider for de tillitsvalgte.
- Ha gode rutiner og verktøy slik at tillitsvalgte enkelt kan nå og kommunisere med medlemmene.
- Flest mulig tillitsvalgte skal mestre og bruke elektroniske verktøy i hverdagen.
- Vi skal inspirere og holde tillitsvalgte oppdatert gjennom OSS-appen og jevnlig utsending av nyhetsbrev. De skal også finne nyttige verktøy for tillitsvalgte i medlemsportalen.
- Fagbladet på papir og nett/sosiale medier.

Kommunikasjon og verving

- Støtte oppunder forbundets vervestrategi ved hjelp av godt og kreativt kommunikasjonsarbeid.
- Vise fram den gode jobben våre tillitsvalgte og organisasjonen gjør for medlemmene
- Elektroniske vervekampanjer.
- Vervebudskapet fremmes i alle kanaler.
- Det enkle er ofte det beste: Trygg jobb og sikker inntekt blir aldri umoderne.

Vedlegg 2: Nettstrategi

Mål for fagforbundet.no

1. Hjelp medlemmer med å forstå og ivareta egne lønns- og arbeidsvilkår

- Gi forståelig informasjon om rettigheter og plikter i arbeidslivet
- Hjelp medlemmer med å komme i kontakt med riktig organisasjonsledd
- Finne informasjon om yrkesfaglige tilbud

2. Hjelp tillitsvalgte med å hjelpe medlemmer

- Gi dem verktøy som gjør det lettere å være tillitsvalgt
- Gjøre det lett å finne informasjonen de trenger

3. Synliggjøre Fagforbundets politikk

- Vise fram engasjementet og hjertet i forbundet
- Fortelle hvorfor det er viktig å være fagorganisert
- Vise sammenhengen mellom politikk og arbeidsliv
- Vise fram den internasjonale solidariteten i fagbevegelsen

4. Øke selvbetjeningen

- Redusere unødvendige henvendelser ved å:
- Besvare flere enkle spørsmål og gjøre det lettere å løse oppgaver på nettsiden
- Be medlemmene administrere medlemskapene sine i størst mulig grad selv
- Gi persontilpasset informasjon og service

Målgrupper

Medlemmer (inkludert potensielle medlemmer) og tillitsvalgte på ulike nivåer er de to viktigste målgruppene for Fagforbundets nettsted. Disse to gruppene er likeverdige.

Sekundære (f.eks. politikere, media, ansatte) skal finne et minimum av det de trenger, men er ikke prioriterte.

NB! Det skal være lett å melde seg inn!

Omtanke · Solidaritet · Samhold

