

# Kommunikationsplan för RSS

## Bakgrund

RSS har identifierat ett behov av att förbättra kommunikationen kring sin roll och sitt värde i den regionala strukturen. Feedback från kommuner och andra aktörer visar på otydlighet kring hur RSS bidrar till deras arbete och måluppfyllelse. Denna kommunikationsplan syftar till att öka synligheten och tydligheten kring RSS arbete och dess nytta.

## Syfte

Att öka synligheten för RSS och tydliggöra vår roll och vårt värde för kommuner och Regionen samt andra aktörer.

## Mål

1. Öka kännedom om RSS roll och arbete hos kommuner, regionen och andra aktörer.
2. Förstärka förtroendet för RSS genom att visa på konkreta resultat och nytta.
3. Skapa en tydlig och enhetlig bild av RSS som en samverkande och stödjande partner.

## Målgrupper

### Primära målgrupper:

- Kommunala tjänstepersoner och politiker.
- Region Dalarna.

### Sekundära målgrupper:

- Samverkansaktörer som arbetar med omställningsarbete.
- Medborgare och andra intressenter.

## Budskap

- **RSS bidrar till konkret nytta:** Genom samarbete skapar vi bättre förutsättningar för kommuner och regionen att möta framtida utmaningar.
- **RSS är en tydlig och trovärdig partner:** Vi är en länk mellan kommunerna och regionen som stödjer utveckling och förankrar lösningar regionalt och nationellt.
- **RSS skapar värde:** Vi stärker kunskapsutveckling, driver strategiska frågor och stödjer transformation för att bygga en hållbar välfärd.

## Aktiviteter

### Löpande kommunikationsinsatser

1. Årsberättelse
  - Ta fram en årsberättelse som sammanfattar RSS arbete, resultat och nyckelinsatser från det gångna året.
  - Syfte: Visa på transparens och tydliggöra konkreta resultat.
  - Kanal: Publiceras på hemsidan och sprids via nyhetsbrev och sociala medier.
2. Nyhetsbrev
  - Skicka ut kvartalsvisa nyhetsbrev (Kvartalvis) med uppdateringar, framgångar och planerade aktiviteter.
  - Syfte: Hålla målgrupperna informerade och engagerade.
  - Kanal: E-post till kommuner och regionen och andra nätverk
3. Hemsida
  - Uppdatera hemsidan kontinuerligt med nyheter, projektinsikter och relevanta dokument.
  - Syfte: Skapa en tillförlitlig informationsplattform för alla målgrupper.
4. LinkedIn-konto
  - Upprätthålla en aktiv närvaro genom att dela inlägg om projekt, framgångar och insikter.
  - Syfte: Öka synligheten och engagera en bredare publik.

## Mätning och uppföljning

1. Engagemangsdata:
  - Analysera statistik från hemsidan, LinkedIn och nyhetsbrev (antal visningar, delningar och öppningsfrekvens).

## 2. Kvalitativ feedback:

- Samla in kommentarer och synpunkter från kommuner och aktörer vid möten och dialoger.

## 3. Uppföljning:

- Genomför uppföljning för att utvärdera insatsernas genomslag och justera strategin vid behov.
  - **Nyhetsbrev; 9 juni 2025** på veckomötet (Analysera statistik från hemsidan, antal visningar, och öppningsfrekvens).
  - **LinkedIn; 24 mars 2024 på veckomötet** ((Analysera statistik från hemsidan, antal visningar, och öppningsfrekvens).