

Kommunikasjonsplan

Strategisk utviklingsplan 2035 –Nordlandssykehuset for fremtiden

Bakgrunn

Denne kommunikasjonsplan og interessentanalysen bygger på arbeidet med Strategisk utviklingsplan for Nordlandssykehuset HF. Interessentanalysen legger grunnlaget for hvem det er viktigst å kommunisere til i forhold til strategisk utviklingsplan. Til grunn for arbeidet med strategiplanen er Nasjonal Helse og Sykehusplan og andre regionale og nasjonale føringer, den presenterer et utfordringsbilde som må ivaretas. Strategisk utviklingsplan 2035 skal vise retningen Nordlandssykehuset må ta for å møte befolkningen i Salten, Vesterålen og Lofotens samla behov for helsetjenester. Strategi 2035 skal gi viktige styringssignaler til videre utvikling og prioriteringer for Nordlandssykehuset.

Kommunikasjonsplanen utarbeides for å informere, involvere, engasjere og samarbeide med interessenter slik at strategisk utviklingsplan får en god forankring hos medarbeiderne i organisasjon og bidrar til felles forståelse for hva Nordlandssykehuset skal være for fremtiden.

Strategien har et langsiktig perspektiv, både ved at utfordringene og mulighetene vil ha relevans i mange år, og med langsiktig ambisjon og overordnet strategiske mål. Derfor ingen årlig revisjon av strategien.

Operasjonaliseringen av strategien vil skje gjennom arbeid med utviklingsplaner og andre fagplaner samt arbeid med kultur, lederskap, medarbeiderskap

Strategien skal fungere som et redskap i det daglige arbeidet også på grunnplanet i foretaket, selv om det til tider sikkert kan oppleves vanskelig å se sammenhengen mellom overordnet og langsiktige føringer og hverdagens utfordringer.

Målsettinger for kommunikasjon

Kommunikasjonstiltakene som prioriteres skal bidra til at Nordlandssykehuset når sine mål med strategisk utviklingsplan.

I utviklingsplanen vil Nordlandssykehuset følge opp føringer som ligger i Nasjonal helse- og sykehusplan og strategi 2035, samt andre regionale strategier og fagplaner. Utviklingsplan skal si noe om hvordan Nordlandssykehuset vil utvikle sin virksomhet i forhold til å møte framtidige behov for helsetjenester i Salten, Lofoten og Vesterålen.

- Bygge solid **forståelse** og **aksept** av Nordlandssykehuset strategiske posisjon og utfordringer

Strategi :

- Sikre at interessenter har forståelse for og kan identifisere seg med utviklingstrekkene i våre omgivelser og de satsingsområdene som strategisk utviklingsplan definerer
- Sikre at beslutningstakere har tilstrekkelig informasjon til rett tid
- Sikre god dialog med omverden- skape tillit til prosess
- Internt – alle ansatte skal føle eierskap til vår visjon, kjerneverdier og strategiske satsingsområder – vite hvor vi befinner oss
- Føringer i Nasjonal Helse og sykehusplan og regionale og nasjonale føringer samt utvikling av fagkunnskap og visjon om faglig interessant framtid ligger til grunn for det skifte Nordlandssykehuset står overfor

Målgruppe –interessenter

- **Referansegruppen**
- **Styringsgruppen**
- **Interessenter utenfor styringsgruppen og referansegruppen**
 - Pasienter/pårørende
 - Styret i Helse Nord
 - Styret i Nordlandssykehuset
 - Ansatte
 - AMU
 - Tillitsvalgte-drøftingsmøte
 - Ledere i NLSH på alle nivå
 - Media – lokalt, regionalt, nasjonalt
 - Politikere
 - Fylkeslegen
 - Fastleger
 - Ledere i pleie og omsorg i kommunene
 - Helse- og omsorgsdepartementet
 - Interesseorganisasjoner
 - Andre helseforetak
 - Regionrådene i Salten, Lofoten og Vesterålen

Prosjektorganisasjonens roller og ansvar

- Leder for styringsgruppen skal orientere om status og utviklingen i arbeidet med strategisk utviklingsplan til styret i Nordlandssykehuset, Helse Nord, egen ledergruppe, omverden –via media og egne kanaler
- Prosjektleder skal informere styringsgruppen og sikre at nødvendig informasjon tilflyter prosjektdeltakerne, svare på planfaglige spørsmål, informere i egen org. Og til interessenter.
- Identifisere eksisterende og etablere nye kommunikasjonskanaler som sikrer at informasjon når målgruppene
- Sikre konsistent budskapsgivning fra alle deler av organisasjon
- Daglig, operativt ansvar for kommunikasjon

Mediehenvendelser –hvem uttaler seg om hva?

- Adm.dirktør er øverste ansvarlig for strategisk utviklingsplan og uttaler seg om mandat, fremdrift, beslutninger
- Prosjektleder uttaler seg om planfaglige spørsmål
- Gruppeledere og andre medlemmer i ulike arbeidsgrupper kan uttale seg om fag/tema som er innenfor mandatet gruppen har. Uttalelser skal koordineres med prosjektleder/adm.dir.

Budskap

➤ Hovedbudskap:

Hvorfor strategisk utviklingsplan: Til grunn for arbeidet med strategiplan er Nasjonal Helse og Sykehusplan, den presenterer et utfordringsbilde som må ivaretas. Strategisk utviklingsplan 2035 skal vise retningen Nordlandssykehuset må ta for å møte befolkningen i Salten, Vesterålen og Lofotens samla behov for helsetjenester. Strategi 2035 skal gi viktige styringssignaler til videre utvikling og prioriteringer for Nordlandssykehuset. NLSH skal kunne betjene befolkningen med et tidsmessig spesialisthelsetilbud

➤ Støttebudskap:

- Pasients beste skal være sentralt i alle valg og det skal jobbes kontinuerlig for å forbedre Nordlandssykehusets tjenester -Visjon, kjerneverdiene, strategiske satsingsområder for Nordlandssykehuset skal ligge til grunn
- Strategisk interessentanalyse – budskapsutforming ift hva den avdekker
- Nye bygg og infrastruktur for Nordlandssykehuset- Hvilke skifte står vi overfor? Store muligheter
- Sikre tilgang til likeverdige helsetjenester
- Regionsfunksjoner – Hvorfor og hvordan
- Mest mulig behandling nært pasienten
- Kompetanseutfordringer –kompetanseplan-rekrutteringsplan
- Behov for å bygge sterke fagmiljø

Kommunikasjonskanaler- hvordan når vi interessentene

Den viktigste kanalen for informasjon er Nordlandssykehusets hjemmesider på internett. Under vignetten» Nordlandssykehuset for framtiden» kommuniseres all informasjon og dokumentasjon om arbeidet; bakgrunn, prosess, saksdokumenter, referater, milepæler. Internt etableres et eget kampanjeområde på Pulsen, som vises til den eksterne siden, men suppleres med informasjon av særlig intern relevans. En tilbakemeldingsfunksjon etableres for egne ansatte – «lyttepost»

Kanalene:

- **Nordlandssykehuset.no** – Hovedkanalen. Her skal brukeren finne all relevant informasjon. Publisering av innhold i strategisk utviklingsplan, endringer i helsetilbudet, statistisk informasjon, kompleks og enkel informasjon. Umiddelbar informasjonsspredning.
- **Møter** (allmøter, møter referansegruppen, styringsgruppen, RBU, interne møter, styremøter) Rik toveis kanal, godt egnet til å formidle komplekse budskap. Inneholder også non-

verbalkommunikasjon. Relasjonsbyggende. Mottaker har ofte relativt mye kunnskap om prosjektet, og er mottakelig for budskapet

- **Sosiale Medier**- Toveis push-kanal. Vi bruker gjerne Facebook og Twitter til å eksponere brukeren for innhold publisert på nettsiden. Egnet til å skape engasjement, deling av informasjon, mindre egnet til komplekse budskap. Gode muligheter for direkte dialog med omverden, umiddelbar informasjon og informasjonsdeling. Relasjonsbyggende. Krever løpende overvåking. Målgruppen har nødvendigvis ikke mye kunnskap om prosjektet, men er mottakelig. Brukes i kombinasjon med nettstedet/filmproduksjon
- **Intranett** –Samme egenskap som Nordandssykehuset.no. Viktig intern kanal – Her etableres eget kampanjeområde for strategisk utviklingsplan inkl. tilbake
- Meldingsfunksjon (lyttestpost)
- **Presentasjoner/foredrag** – Rik toveis kanal (dersom det åpnes for tilbakemeldinger). Godt egnet for komplekse budskap. Inneholder også nonverbal kommunikasjon. Relasjonsbyggende. Mottaker har ofte relativt mye kunnskap om prosjektet, og er mottakelig for budskapet.
- **Nyhetsbrev** – Push-kanal rettet mot abonnenter. Har en regelmessighet i seg, flagger siste nytt i arbeidet/prosjektet. Ofte lenker til nettsiden
- **Redaksjonell omtale/kronikker** – Toveis intervjusituasjon – enveis ut mot publikum. I redaksjonelle artikler blir budskapet ofte vinklet(tilpasset) for det når mottaker. Kronikk er aktuelle rundt viktige milepæler som påvirker omgivelsene våre. Også en kanal for ytring rundt våre budskap
- **Fastlegenytt** – Elektronisk via nett /e-post. Viktig kanal ut til primærhelsetjenesten i budskap som har konsekvenser for denne målgruppen. Spesielt viktig ved endringer i tilbud.
- Trykksak –elektronisk – Toppdokumentet, distribueres elektronisk til alle interessenter. Korte poengterte budskap og som veiviser til nordlandssykehuset.no
- **Ansattesamling /Idedugnad**– Etableres ved prosjektets største milepæler – Presentasjon toppdokumentet, presentasjon hoveddelen, fagplaner
- **Webcast/film** – webcast fra utviklingsarbeid f.eks fra en klinikk – Egenprodusert film: Distribuert på nettside og i sosiale medier for å skape engasjement og eierskap, deling

Aktivitetsplan

- Utarbeid fakta-ark og presentasjoner om hva som ligger til grunn for strategisk utviklingsplan, fremdriften, milepæler
- Utarbeide budskapsnotat som inneholder – budskap det er viktig å få frem de ulike fasene og utviklingen av prosjektet. Budskapsnotatet må oppdateres underveis, og spesielt ved milepæler
- Utarbeide løypemeldinger/nyhetsbrev hver 14. dag
- Styresaker/styremøter
- Idedugnad/definerte samlinger av kliniksjefer/andre ansatte
- Fast sak i AMU og tillitsvalgs møter
- Finne, eventuelt lage film(er) om satsingsområdene el om utviklingstrekkene som kan publiseres på intranett og nettsider, samt relevante kanaler for å øke kunnskapen og skape forandring for de strategiske endringene NLSH står overfor
- Skrive og distribuere jevnlig saker til intranett og nett ved milepæler, nye beslutninger ol

- Ivareta/overvåke innspill i org og ivareta tilbakemeldinger fra egne ansatte og andre. Overvåke nyhetsbilde og sosiale medier på saker som omhandler utvikling, innholdregionsfunksjoner osv for NLSH. Dette for å kunne fange opp signaler og være i stand til å gi nødvendig og relevant informasjon (el justere bilde/oppfatningene) løpende
- Utarbeide pressemeldinger og kronikker ved milepæler
- Utarbeide tiltaksplan internt og eksternt som viser detaljert oversikt over kommunikasjon og kanaler, tidsperspektiv og ansvar.

Interessentanalysen

Interessenter	Ulike aktører	Involvering/informasjon
Brukere Pårørende	Brukerorganisasjonene	Se kommunikasjonsplan. Representert i styringsgruppe og referansegruppe. Jevnlige orientering i brukerutvalget og ungdomsrådet .
Styret i Nordlandssykehuset		Styret orienteres jevnlig. Treffer beslutning om framdrift, deler og helhet i planen.
Ansatte	Ansatte Fagforeninger Vernetjenesten	Se kommunikasjonsplan. Har representasjon i styringsgruppen gjennom tillitsvalgte og vernetjenesten. Jevnlige orienteringer i AMU og drøftingsmøter. Involvering av klinikkene i arbeidet med strategisk analyse, strategiske satsningsområder og prioriterte utviklingsområder.
Andre helseforetak	UNN Finnmarkssykehuset Helgelandssykehuset	Deltar i referansegruppen. Helgelandssykehuset HF har ikke besvart invitasjon til å delta i referansegruppe. Høringsrunde gjennomføres.
Media – lokalt, regionalt, nasjonalt		Se kommunikasjonsplan.

Media,		<p>Skrive pressemeldinger ved milepæler:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Godkjenning av toppdokument 2. Godkjenning av hoveddokument
Helse Nord		Jevnlige drøftelser mellom adm dir og Helse Nord. Representert i referansegruppen.
Kommunene i Nordland	<p>Politikere</p> <p>Ledere i pleie og omsorg</p>	<p>Representert i referansegruppen.</p> <p>Orienterer jevnlig i OSO.</p> <p>Høringsrunde gjennomføres.</p>
Fastleger		Representert i referansegruppen.
Fylkeslegen		Har sjøl anmodet om å ikke bli involvert i strategiarbeidet.
Interesseorganisasjoner		<p>Orienterer jevnlig i brukerutvalget.</p> <p>Orienterer gjennom media.</p> <p>Høringsrunde gjennomføres.</p>
Regionrådene i Salten, Lofoten og Vesterålen		Høringsrunde gjennomføres.
Utdanningsinstitusjonene	<p>Nord universitet</p> <p>UiT/Medisinutdanningen</p>	<p>Representert i referansegruppen</p> <p>Høringsrunde gjennomføres.</p>