



KOMMUNIKATION SOM MISSION



Arbetsboken

Innehållsförteckning

Välkommen!	3
Introduktion	4
KAPITEL 1	
Vision för kommunikationen	6
KAPITEL 2	
Hur fungerar kommunikationen i dag?	8
KAPITEL 3	
Ert lärkontrakt – nuläget och framåt	12
KAPITEL 4	
Resurser och verktyg	15
KAPITEL 5	
Kommunikation vid viktiga livshändelser	19
KAPITEL 6	
Att bli synlig för människor när och där de söker	22
KAPITEL 7	
Sociala medier – digitala mötesplatser	24
KAPITEL 8	
Bild central för kommunikationen	27
KAPITEL 9	
Vår grafiska manual	30
KAPITEL 10	
Syns du inte, finns du inte	32
KAPITEL 11	
Vem ansvarar för kommunikationen?	36
KAPITEL 12	
Gör en årsplan	39
KAPITEL 13	
Rutiner för kommunikation	41
KAPITEL 14	
Kriskommunikation	44
KAPITEL 15	
Vad händer i omvärlden?	46
KAPITEL 16	
Lärdomar	49

Välkommen!

Kommunikation som mission en satsning som stiftet har gjort tillsammans med kyrkokansliet i Uppsala. Syftet är att öka församlingarnas synlighet och stärka den kommunikativa förmågan.



Bakgrunden till satsningen är att:

- » församlingarna lägger lågt räknat 0,5 miljard kr om året på tryck och distribution av församlingstidningar samt annonsering med liten effekt.
- » mindre än 41 % av landets befolkning har högt eller mycket högt förtroende för kyrkan.
- » 50 % av kyrkans medlemmar tycker varken att kyrkan är relevant eller står för samhällsnytta.
- » människor i låg grad har en relation till sin församling.
- » människor känner glädje över att tillhöra Svenska kyrkan när vi sätter ord på det som är viktigt i deras liv.
- » kyrkan har en låg synlighet i människors vardag.

Det är främst troende kvinnor 65+ som tar del av församlingarnas kommunikation. Det går att kommunicera med fler.

Det här är en arbetsbok för er som följer *Kommunikation som missions* utbildningsår tillsammans med hela arbetslaget, eller som själv vill ha stöd att satsa på er egen kommunikation. Arbetsboken är till för att samla de insikter ni kommer fram till under arbetets gång och för att dokumentera allt kommunikationsarbete som sker i församlingen. Det gäller allt från organisation till rutiner och vägval.

Vi som tagit fram boken hoppas ni kommer tycka att arbetet är både roligt och intressant. Kom också ihåg att ni inte är ensamma – ert stift, kollegor över hela landet och kyrkokansliet i Uppsala finns alltid till hands för råd och stöd.

LYCKA TILL!



Under 2018–2019 har sex församlingar testat utbildningsåret och bidragit till att utvärdera arbetsboken, föreläsningar och workshops. Pilotprojektet går att läsa mer om på intranätet: internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/kommunikation-som-mission



Introduktion

Svenska kyrkans kommunikation har idag en för låg synlighet och upplevs ofta sakna relevans. Det förändras när vi som kyrka sätter ord på det som är viktigt i sammanhang där människor är. När kyrkan uppfattas prata om det som är viktigt i människors liv känner de en glädje över att tillhöra Svenska kyrkan. Det är en viktig nyckel i kommunikationsarbetet.

GRÖN, GUL OCH RÖD GRUPP – TRO PÅVERKAR RELATIONEN TILL KYRKAN

För att utveckla kommunikationen är det viktigt att utgå från Svenska kyrkans medlemmar, människors inställning till kyrkan och kommunikationsvisionen. En kyrka som människor har en positiv relation till och känner glädje över att tillhöra. Utifrån detta kan de delas in i tre grupper:

- » Grön grupp: Medlemmar som har en tro och som känner glädje över att tillhöra Svenska kyrkan.
- » Gul grupp: Medlemmar som är osäkra på vad de ska tro på och som inte är säkra på varför de är med i Svenska kyrkan.
- » Röd grupp: Medlemmar som inte har en tro men som är med för att de tycker att Svenska kyrkan fyller en viktig funktion i samhället.

Utöver alla medlemmar finns det också många människor som inte är medlemmar men har en tro: och som kanske är döpta och konfirmerade. De är den grupp som kan hitta tillbaka till församlingslivet.

90-TALISTERNA HAR EN SVAG RELATION TILL SIN FÖRSAMLING

90-talisterna har oavsett om de har en tro eller inte ofta en svag eller ingen relation med den församling som de tillhör. Det gör att de har svårt att känna en identifikation med kyrkan. En utmaning är att bli synlig och begriplig för dem.

UTBILDNINGÅR I FYRA BLOCK

När ni följer utbildningsåret möts hela arbetslaget vid fyra tillfällen och har läxor att utföra mellan träffarna. Syftet med upplägget är att få en gemensam bild av kommunikationsarbetet idag, vad som behöver förändras och på vilket sätt. Det är också till för att utveckla församlingens/pastoratets praktiska förmåga. Målet är att alla i församlingen ska vara delaktiga för att kommunikationen ska ge bättre effekt.

Blocken innehåller både föreläsningar och övningar. Ni kan välja att göra dem löpande under ett år eller bara arbeta med någon/några av dem.



Alla föreläsningar och övningar finns på intranätet:

internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/kommunikation-som-mission



Block 1

Nuläge och mål



Block 2

Att sätta ord på det som är viktigt



Block 3

Att vara där människor är



Block 4

Är vi på rätt väg?

Varje block har en egen symbol och färg så det ska vara lätt att se vilket kapitel som tillhör vilket block. Vissa kapitel tillhör inte något block och kan även göras när som helst under året – dessa är blå.

» **Block 1 – Nuläge och mål**

Första blocket handlar om att få en gemensam bild av hur människor uppfattar Svenska kyrkan, om kommunikationens villkor och församlingens/pastoratets kommunikation och kommunikativa förmåga. Vilka tar del av er kommunikation idag och hur arbetar ni praktiskt?

I slutet av blocket ska ni ha ringat in tre prioriterade utvecklingsområden. Ni skriver ett lärkontrakt där hela arbetslaget åtar sig att arbeta aktivt och bidra till satsningen. Kontraktet löper genom projektet och ligger till grund för en handlingsplan. Block 1 slutar med en bildläxa som en förberedelse inför block 2.

» **Block 2 – Att sätta ord på det som är viktigt**

Bilder är ofta utgångspunkten i kommunikation, t ex på sociala medier och affischer. Andra blocket handlar om hur ni sätter församlingens egen berättelse i fokus genom bilder. Det handlar också om att vända blicken mot era medmänniskor och ta reda på mer om vad som är relevant för dem. Det här blocket fokuserar på hur er kommunikation fungerar för olika åldersgrupper, hur ni möter deras behov och sätter ord på det som är viktigt för just dem. Blocket avslutas med en filmläxa för att ge träning i rörlig bild.

» **Block 3 – Att vara där människor är**

Tredje blocket handlar om att få en gemensam bild av hur ni kan möta och kommunicera med människor både på nätet och ute på torget. I blocket ingår praktisk utbildning i gemensamma kommunikationsverktyg som t ex webb, bilddatabas, mallverktyget och film. Det handlar också om hur sociala medier fungerar och hur man är kyrka på nätet. Blocket avslutas med en läxa där alla kunskaper ska tillämpas. Ni ska planera, genomföra och utvärdera församlingens närvaro vid ett publikt arrangemang, t ex en lokal marknad, en temadag i kommunen eller allhelgona.

» **Block 4 – Är vi på rätt väg?**

Fjärde blocket handlar om att få en gemensam bild av hur församlingen/pastoratet har utvecklats under året. Vad har ni åstadkommit och hur har förmågan att kommunicera utvecklats? Det handlar också om att blicka framåt och strukturera en årsplan. Hur kan kommunikationen fortsätta att involvera fler och hur kan ni fortsätta er gemensamma spaning kring vad människor intresserar sig för? Fjärde blocket avslutas med att ni river lärkontraktet som ingicks i början av projektet och bestämmer hur ni ska arbeta vidare.

OM LÄXORNA

Läxorna mellan blocken knyter ihop dem. Första läxan är att ta bilder som väcker stolthet. De används under året i olika workshops. Syftet är dels att få syn på sina egna berättelser, att fundera över vad man kan gilla, dela eller kommentera i sociala medier - men också öva på att filma med mobilen.



Block och läxor finns beskrivna på intranätet:

internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/kommunikation-som-mission/

KAPITEL 1

Vision för kommunikationen



Inför församlingens första möte i block 1 gör ni en nulägesanalys som beskriver hur kommunikationen fungerar idag och vilka styrdokument ni har. Hur förhåller sig församlingen till kommunikationsvisionen?

Svenska kyrkans vision kommer till uttryck i alla församlingsinstruktioners visioner och kommunikationens uppdrag är att bidra till dem. För att kommunikationen ska fungera så bra som möjligt finns en kommunikationsvision för Svenska kyrkans nationella nivå. Stift och församlingar är välkomna att använda den. Kommunikationsvisionen är en del av kommunikationsplattformen som består av tre centrala komponenter:

1. Kommunikationsvisionen: *En kyrka som människor har en positiv relation till och känner glädje över att tillhöra*
2. Mötet med människor är det centrala för all kommunikation.
3. Svenska kyrkans kärnvärden: *närvaro, öppenhet och hopp.*

Syftet med kommunikationsplattformen är att göra församlingar och pastorat synliga för människor. Genom att lyfta ämnen som är angelägna för människor blir det lättare att nå in i deras hjärtan och nå ut som kyrka. Kyrkokansliet har studerat vad det är som gör att människor instämmer i kommunikationsvisionen och där har fyra attribut kommit fram:

- » att Svenska kyrkan sätter ord på det som är viktigt för mig
- » att Svenska kyrkan finns till vid viktiga livshändelser
- » att Svenska kyrkan hjälper till att förbättra människors liv
- » att Svenska kyrkans fyller en viktig roll i samhället

Att Svenska kyrkan sätter ord på det som är viktigt för mig är det allra starkaste påståendet.

För att veta om er kommunikation speglar Svenska kyrkan kan attributen användas som en kvalitets-säkring för att undersöka om kommunikationen väcker rätt känslor. Ytterligare ett sätt att kvalitetssäkra kommunikationen är att se till att den präglas av kärnvärdena: närvaro, öppenhet och hopp.

För att stärka er synlighet är det viktigt vara tydlig med att det är Svenska kyrkan som kommunicerar. En vägledning för att nå dit finns i kommunikationsplattformen och kommunikationskonceptet. De finns som styrdokument på intranätet.



Svenska kyrkans nationella kommunikationsplattform inklusive grafiska manual hittar du här:
internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation

UPPGIFT

- » Använder ni den nationella kommunikationsvisionen eller har ni en egen?
- » Vad har er församling/ert pastorat för vision och mål i församlingsinstruktionen?
- » Hur bidrar er kommunikation er församlings/ert pastorats vision och mål?

På nästa sida finns utrymme att svara/kommentera frågeställningarna.

 **EGNA ANTECKNINGAR**

KAPITEL 2

Hur fungerar kommunikationen i dag?



Ett effektivt kommunikationsarbete startar i en nulägesanalys – och det ska också församlingen utföra inför sin första träff i Block 1.

Vilka nås av er kommunikation idag? Vilka är era styrkor och svagheter i kommunikationsarbetet och vad vill ni prioritera? För att kunna göra en så skarp nulägesanalys som möjligt behöver ni ha koll på er filterbubbla.

Filterbubblor har funnits i alla tider. De handlar om vad ni uppfattar och ser i ert dagliga liv. De styrs av intressen, media, människor i er närhet, arbetet, skolan, familjen och så vidare. I och med det digitala livet som levs idag har filterbubblorna blivit mycket snävare. De är numera små och specifika och det gör att idag är det svårare att "gå på magkänslan" eller se sig omkring för att förstå hur den filterbubbla som man befinner sig i ser ut. När studier har gjorts på filterbubblor inom det här projektet har det kommit fram att kyrkans kommunikation främst når kvinnor som är 55 år eller äldre och befinner sig i den gröna gruppen, med andra ord äldre kvinnor som redan har en tro.

Ett sätt att ta reda på hur församlingens egen filterbubbla ser ut är att göra en läsvärdesundersökning av församlingstidningen. Studera er webb- och facebookstatistik samt den lokala tidningens räckvidd. Har ni inte möjlighet att göra det visar bilden nedan hur det vanligtvis ser ut i församlingarna.



Bilden är en sammanställning av hur det flesta församlingars filterbubbla ser ut idag. Visa hur er egen bubbla ser ut i PowerPoint.

internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/filterbubblan



Församlingen kan själv ta reda på hur kommunikationen fungerar genom att titta i statistiken för webb, sociala medier och undersöka församlingstidningen. **internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/kommunikation-som-mission/nulagesanalys**

För att kunna sätta ord på det som människor tycker är viktigt är det bra att veta vilka som bor i ert område. Till exempel andelen ensamhushåll. Den uppgiften finns att hämta på intranätet från Statistiska Centralbyrån.

I Församlingsrapporten på intranätet finns den statistik församlingen rapporterat in samlad med stöd för att förstå all data.



Ta del av er statistik ni själva rapporterat in i er egen församlingsrapport.
statistik.svenskakyrkan.se/statistiksidor/App/#/f%C3%B6rsamlingsrapport



På intranätet finns en filmad föreläsning som beskriver hur filterbubblan ser ut för Svenska kyrkan som helhet. Ta gärna del av den.
internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/malgrupper

UPPGIFT – FILTERBUBBLAN INFÖR BLOCK 1

Vilka nås av den kommunikation ni skapar?

- » Studera statistiken för er webb. Använd er av Google Analytics. Har ni inget konto – ta hjälp av ert stift eller kyrkokansliet för att skaffa ett
- » Hur synliga är ni i lokal media? Ta hjälp av ert stift eller kyrkokansliet för att med hjälp av Retriever studera hur er närvaro i den lokala pressen ser ut. Kontakta också tidningen ni annonserar i för att se vilken täckningsgrad tidningen har. Vilka åldrar tar främst del av den?
- » Hur är det med sociala medier? På intranätet finns en guide till hur ni kan värdera hur församlingens eller pastoratets närvaro på Facebook och Instagram fungerar.
- » Gör en läsvärdesundersökning av din församlingstidning. På intranätet hittar ni ett prispressat upplägg där ni också kan jämföra resultaten med andra församlingars tidningar.

På nästa sida finns utrymme att svara/kommentera frågorna.



På intranätet finns tips på hur du går tillväga. Där finns också en mall i Powerpoint som du använder i block 1, eller när du ska visa arbetslaget hur ni ligger till.
internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/kommunikation-som-mission

KAPITEL 2 FORTSÄTTER PÅ NÄSTA SIDA. 

UPPGIFT – DOKUMENTERA VILKA SOM NÅS AV ER KOMMUNIKATION IDAG

Kryssa för vilka åldergrupper som ni når i vilka kanaler för att få en överblick över er filterbubbla.

Församlingstidningen	5	12	22	28	32	40	43	50	55	63	65	70	77	83
Kvinnor														
Män														
Annonser	5	12	22	28	32	40	43	50	55	63	65	70	77	83
Kvinnor														
Män														
Gemensamma webben	5	12	22	28	32	40	43	50	55	63	65	70	77	83
Kvinnor														
Män														
Facebook	5	12	22	28	32	40	43	50	55	63	65	70	77	83
Kvinnor														
Män														
Facebookgrupper för verksamheter	5	12	22	28	32	40	43	50	55	63	65	70	77	83
Kvinnor														
Män														
Instagram	5	12	22	28	32	40	43	50	55	63	65	70	77	83
Kvinnor														
Män														

 **EGNA ANTECKNINGAR**

KAPITEL 3

Ert lärkontrakt – nuläget och framåt



Under Block 1 gör ni en workshop där församlingen/pastoratet själva skattar sin kommunikativa förmåga och väljer tre utvecklingsområden. Den redovisas i ett spindeldiagram och kallas därför för spindeln rätt och slätt.

I övningen tar medarbetarna ställning till hur församlingen ligger till i sitt arbete med webb, press, personliga möten, innehåll, bild, sociala medier, grafisk profil och analys/planering.

Det finns flera vinster med att fylla i spindeln tillsammans i arbetslaget. För det första pratar man kommunikation på ett sätt som man sällan får tillfälle till vilket ofta ger flera ögonöppnare. För det andra blir det ofta synligt hur olika bilder man har av hur det fungerar och istället skapa en gemensam bild av nuläget.

Övningen hjälper också församlingen/pastoratet att prioritera vad man ska arbeta med det kommande året, vilka tre utvecklingsområden man ser framför sig. De tre områdena blir i utbildningsåret församlingens/pastoratets lärkontrakt. För att vid årets slut kunna riva kontraktet gör församlingen en handlingsplan så att man dels kan välja ambitionsnivå och dels lättare involvera varandra i arbetet med att utveckla förmågan.



För er som inte deltar i arbetslagslyftet finns instruktionen till en workshop ni kan göra med ditt arbetslag på intranätet. Där kan man också göra övningen på egen hand. Här hittar ni workshopen: internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/kommunikation-som-mission/spindeln

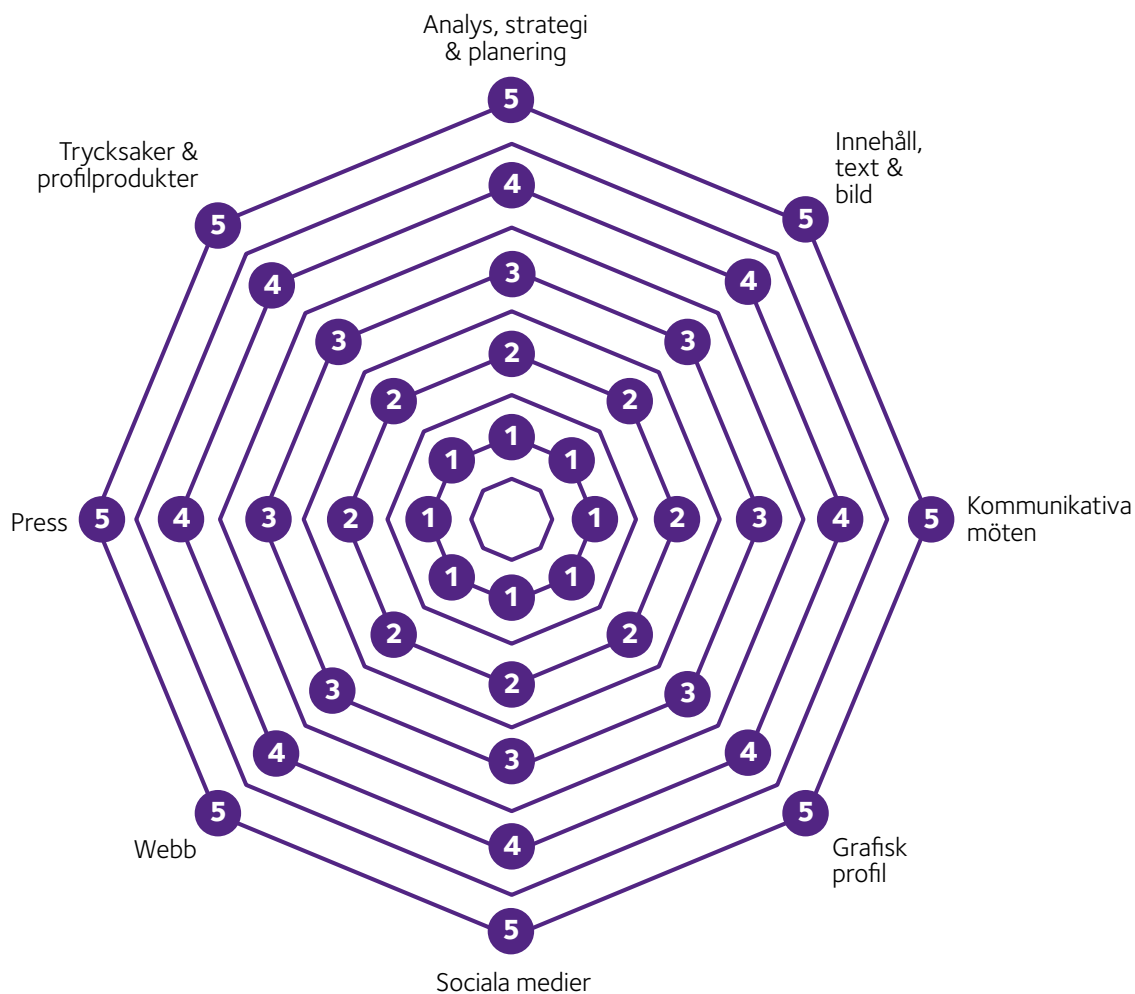
NÄR MAN VALT UTVECKLINGSOMRÅDEN KAN MAN GÖRA EN HANDLINGSPLAN:



Tips på vad handlingsplanen kan innehålla
internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/handlingsplan

UPPGIFT – BESKRIV ER KOMMUNIKATIVA FÖRMÅGA

- » Fyll i ert spindeldiagram på nästa sida. Markera den siffra som bäst stämmer överens med er förmåga i varje kategori. Ange de tre områden som blivit era utvecklingsområden under det kommande året. Spindeln visar hur ert lärkontrakt ser ut.
- » Fyll i er handlingsplan. Vad är det som ni kommer att prioritera att göra inom respektive område för att uppfylla lärkontraktet?



Ange era tre utvecklingsområden	
Analys, strategi & planering	
Innehåll, text & bild	
Kommunikativa möten	
Grafisk profil	
Sociala medier	
Webb	
Press	
Trycksaker & profilprodukter	

FÖR IN DIN HANDLINGSPLAN PÅ NÄSTA SIDA →

 FÖR IN DIN HANDLINGSPLAN

KAPITEL 4

Resurser och verktyg

Det här kapitlet kan ni göra när som helst under året, men passar bra att göra när ni har koll på er filterbubbla och förmåga. Det är också bra att ha det på plats när ni funderar över hur kommunikationsarbetet är organiserat, hur ni kan minska sårbarheten genom att flera delar på uppgifterna, eller helt enkelt bara vill ha koll på vem som gör vad.

Svenska kyrkan har flera gemensamma verktyg som ni i er församling/ert pastorat kan använda er av i er kommunikation. Fundera över vilka resurser ni har tillgång till i ert kommunikationsarbete och var ni lägger kraften. Självklart handlar det till viss del om budget, men långt ifrån bara. Era egna kunskaper, lokaler och andra tillgångar är också viktiga resurser. Dessutom finns stiftet, kyrkokansliet i Uppsala och kollegor i hela landet som ett stöd.

När man vet hur och varför man prioriterar vissa uppgifter blir det lättare att skapa ett gemensamt fokus. Har man koll på vilka kanaler man har och vem som sköter dem kan man lättare få ut information om t ex sommarkyrkor på webben, i sociala medier, i tidningen och appen Kyrkguiden. Är man ny på jobbet eller tillfälligt inne som vikarie är det lättare att göra rätt när man vet vem som gör vad.

UPPGIFT – VAR LÄGGER NI ER KRAFT?

- » När ni gjorde filterbubblan så såg ni vilka som främst tar del av er kommunikation. Hur ser resursfördelningen ut – och skulle ni vilja omfördela den?

Fyll i tabellen var er församling/ert pastorat procentuellt lägger er kraft i dag.

	90-tal och yngre	Gröna gruppen	Gula gruppen	Röda gruppen
Budget				
Personella resurser				

Fyll i tabellen var er församling/ert pastorat procentuellt vill lägga kraften om tre år.

	90-tal och yngre	Gröna gruppen	Gula gruppen	Röda gruppen
Budget				
Personella resurser				

UPPGIFT – VERKTYG & KUNSKAP

- » Dokumentera i tabellerna på kommande sidor vilka verktyg ni använder i dag. Hur många jobbar med dem och finns det behov av utbildning? Upptäcker ni någon ny kanal som ni vill använda i er kommunikation? Berätta för stiftet eller kyrkokansliet så får ni hjälp.

	Används det i kommunikationen		Hur många arbetar med/ använder det? Vilka?	Behov av att införa/ utbildning		Mer info
	Ja	Nej		Ja	Nej	
Svenskakyrkan.se (Har förs en egen sida eller är den en del på Svenska kyrkans gemensamma webb?)	Ja	Nej		Ja	Nej	Läs mer här
Församlingen har egen del på svenskakyrkan.se	Ja	Nej		Ja	Nej	Läs mer och beställ
Bönewebb – för alla som vill be eller tända ljus digitalt	Ja	Nej		Ja	Nej	Läs mer här
Bloggverktyget	Ja	Nej		Ja	Nej	Läs mer och beställ
Församlingen har eget intranät i Svenska kyrkans intranät	Ja	Nej		Ja	Nej	Läs mer här
Ikon-bildbanken – församlingen har eget rum	Ja	Nej		Ja	Nej	Läs mer här
Mallverktyget för att göra affischer, foldrar	Ja	Nej		Ja	Nej	Läs mer här
GIP – gemensam IT-plattform med mallar för epost, word, ppt	Ja	Nej		Ja	Nej	Läs mer här
Appen Kyrkguiden	Ja	Nej		Ja	Nej	Läs mer här
Konfirmandsök – lätt att hitta rätt läger	Ja	Nej		Ja	Nej	Läs mer här
Digitalt synliga kyrkor och lokaler med platsadministrationen	Ja	Nej		Ja	Nej	Läs mer här
Verktyget för digitala nyhetsbrev, enkäter och sms-utskick (<i>Editnews</i>)	Ja	Nej		Ja	Nej	Läs mer här
Grafisk profil (regler för användning av logotyper, färgval, typsnitt etc.)	Ja	Nej		Ja	Nej	Läs mer här
Kyrksam (system som används för att nå engagerade, förtroendevalda, ideella och anställda som registrerats)	Ja	Nej		Ja	Nej	Läs mer här
Svenska kyrkans webbshop (för beställning av informationsmaterial)	Ja	Nej		Ja	Nej	Läs mer här
Digital kalender – för att synliggöra aktiviteter i församlingen	Ja	Nej		Ja	Nej	Läs mer här

Andra verktyg

Verktyg	Används det i kommunikationen		Hur många arbetar med/ använder det?	Behov av att införa/ utbildning	
	Ja	Nej		Ja	Nej
Församlingen har en sida på Facebook	Ja	Nej		Ja	Nej
Församlingen har ett instagramkonto	Ja	Nej		Ja	Nej
Församlingen har ett twitterkonto	Ja	Nej		Ja	Nej
Församlingen har ett youtubekonto	Ja	Nej		Ja	Nej
Appen Kyrkan (<i>Mobil app om kyrkan för barn.</i>)	Ja	Nej		Ja	Nej

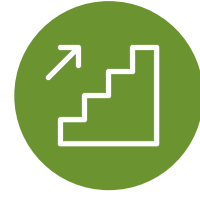
Kunskap

Verktyg	Används det i kommunikationen		Hur många arbetar med/ använder det?	Behov av att införa/ utbildning	
	Ja	Nej		Ja	Nej
Filma med mobilen	Ja	Nej		Ja	Nej
Göra församlingstidning	Ja	Nej		Ja	Nej
Formgivning och bildredigering i InDesign, Photoshop, Premier Pro osv	Ja	Nej		Ja	Nej
Lägga in bokningar via församlingens bokningsverktyg	Ja	Nej		Ja	Nej
Arbete för att öka församlingens synlighet i (lokal) media	Ja	Nej		Ja	Nej
Mer:	Ja	Nej		Ja	Nej

 **EGNA ANTECKNINGAR**

KAPITEL 5

Kommunikation vid viktiga livshändelser

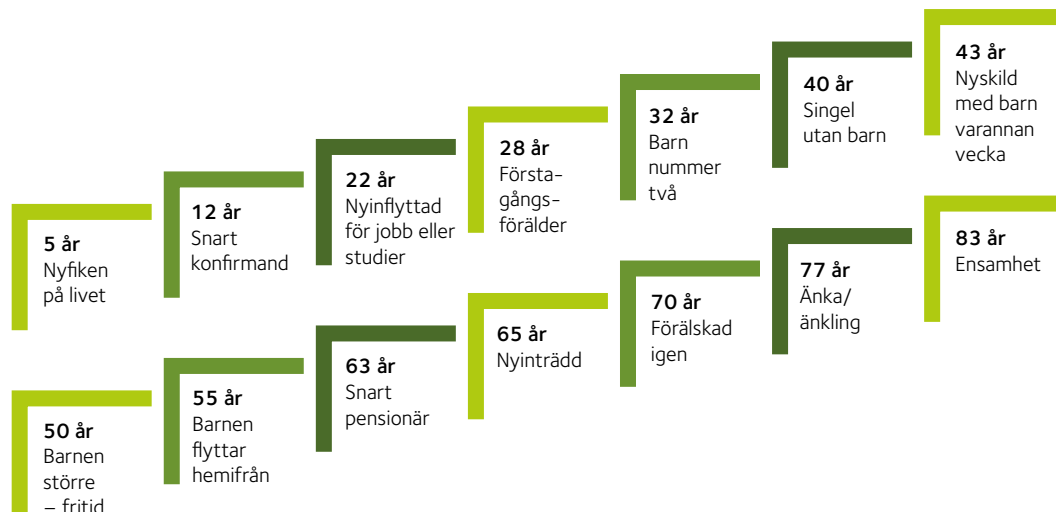


Under Block 2 gör församlingen/pastoratet en workshop som handlar om att lära känna människor i olika åldrar. Workshopen kan både användas för att utveckla dina målgrupper, men också för att få syn på vilken verksamhet församlingen har för olika åldrar.

Ett liv innehåller många avgörande händelser. Det kan vara när det kommer en ny familjemedlem, när någon flyttar eller när en skilsmässa eller ett dödsfall inträffar. I samband med viktiga livshändelser är människor som mest öppna för att ta del av ny information och utforska nya sammanhang. Därför behöver kyrkan vara synlig och tillgänglig vid dessa tillfällen.



Kyrkokansliet har tagit fram en livstrappa som beskriver de olika åldrarna. Åldrarna är framtagna för att dels lyfta särskilt utträdesbenägna perioder i livet, tider där flest människor fattar beslut om dop, konfirmation och vad livet ska innehålla efter pension. De handlar också om att se människor som lever i ensamhushåll och tider där livet brister på olika sätt. Glädje och sorg. Varje ålder har en beskrivning om hur många procent som är gröna, gula, röda, socioekonomi och när vi vanligtvis möter dem. Har ni inte möjlighet att fördjupa er i hur det ser ut hos just er, finns en grund att utgå ifrån.



Åldrarna är baserade på livets stora livshändelser och när de genomsnittligt inträffar.



På intranätet under block 2 finns en film som handlar om de viktiga livshändelserna och hur man sätter ord på det som är viktigt för människor. Ta gärna del av den.

internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/kommunikation-som-mission/block-2



WORKSHOP – MÄNNISKORS BEHOV I OLIKA ÅLDRAR

- » Workshopen handlar om att lära känna de olika grupperna bättre och ge verktyg för att kanske satsa lite extra på någon eller några åldersgrupper. Att rikta sig särskilt till en grupp människor betyder självklart inte att ni ska sluta kommunicera med andra – utan syftar till att ni ska bli bättre på att möta människor där de befinner sig och att vara mer relevanta för dem. Att helt enkelt möta dem på deras egna villkor och med ett språk som förstås.
- » För att hitta en relevant kommunikation svarar ni på frågorna: När ni möter dem, vad de vill er, vad ni vill dem och hur kommunikationen fungerar. Workshopen gör det också lättare att identifiera om det finns någon särskild grupp som ni vill utveckla och förbättra kommunikationen till.



Här hittar du workshopen. internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/kommunikation-som-mission/workshops



I block 2 finns en filmad föreläsning som berättar om vad som bildmässigt talar till olika åldersgrupper. Ta gärna del av den.

internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/kommunikation-som-mission/block-2

UPPGIFT

Ni som deltar i utbildningsåret genomför övningen i block 2 där ni sätter hjärtan på de åldersgrupper som ni anser att ni kommunicerar bra med och varningstrianglar på dem som ni kommunicerar mindre bra med. Har du inte gjort övningen med din församling/pastorat kan du ändå utifrån hur er filterbubbla ser ut dokumentera hur kommunikationen fungerar idag.

- » Gå igenom era hjärtan och varningstrianglar.
- » Finns det någon särskild grupp som ni vill satsa mer på?

	5	12	22	28	32	40	43	50	55	63	65	70	77	83
Med vilka åldersgrupper fungerar kommunikationen bra idag?														
Är det någon/några grupper som ska prioriteras?														

Vilka grupper når ni med er kommunikation och vilka ser den inte. Vilka behöver ni fokusera mer på? Vilka behov har de? Fyll i tabellen och svara på frågorna nedan för att få en överblick.

- » Vad är särskilt relevant för just denna/dessa grupper?
- » Gör en kort beskrivning av hur ni väljer att arbeta, vilket bildspråk ni använder och hur ni samverkar med webb, kyrkguiden och sociala medier för att öka synligheten.

På nästa sida finns utrymme att svara/kommentera frågeställningarna.

 **EGNA ANTECKNINGAR**

KAPITEL 6

Att bli synlig för människor när och där de söker



Vid det tredje mötet under utbildningsåret i block 3 ligger fokus på kommunikativa möten. I sociala medier och närvaro där människor är i sitt dagliga liv. Vill du få praktiska tips för ökad synlighet i olika kanaler är det här kapitlet för dig.

I utformningen av er nulägesanalys (kapitel 2) tog ni reda på vilka åldersgrupper som tar del av den kommunikation som ni har idag. I det här kapitlet ska ni istället djupdyka i de olika kanaler som ni kan använda för att kommunicera med er omgivning och hur de fungerar.

När ni planerar er kommunikation behöver ni veta vilka grupper som tar del av vilka kanaler. Både era egna kanaler som webb, församlingstidning och fysiska mötesplatser och andra kanaler i området, till exempel lokaltidning, digitala anslagstavlor i matbutiken eller vid fotbollsplanen.

ATT GÖRA MÖTET CENTRALT FÖR KOMMUNIKATIONEN

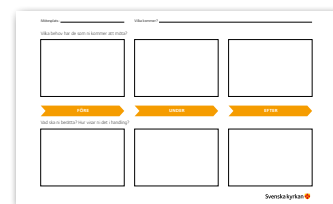
Alla som representerar församlingen och möter människor fysiskt och digitalt är alltid den viktigaste kontakten. Det gäller alla personalgrupper, förtroendevalda och ideellt engagerade. Att ha en namnskylt, logotypen på arbetskläderna eller präst/diakonskjorta gör det lättare för människor att förstå att de möter någon från kyrkan.

Goda möten hjälper människor att utveckla sin relation till kyrkan på olika sätt. Vid till exempel ett dop kan mötet med kyrkan leda till att faddrar, syskon eller släktingar hittar ett sammanhang i församlingen där de själva vill delta. Varje möte kan leda till ett nytt.

Det personliga mötet är den effektivaste kommunikationen vi har och därför är det viktigt att vid större mötestillfällen planera kommunikationen på ett sätt som gör att du tar tillvara tillfället på ett så bra sätt som möjligt. Både före, under och efter mötet.



På intranätet finns ett planeringsunderlag som du kan använda när du planerar mötet med en lite större arbetsgrupp. Tänk på att förberedelserna av mötet – bullbak, montera tält, packa matkassar, pynta julgranen, visa alla ljus som ska delas ut osv är minst lika effektiv kommunikation som vid själva tillfället när de ska användas. Och glöm inte att förmedla den stolthet och glädje ni kände när allt var klart. internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/kommunikation-som-mission/workshops



På intranätet finns även två filmer om kommunikativa möten. Dels är det en intervju med Anders Lennartsson och dels en kort föreläsning om att få människor att känna att de hittat rätt. internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/kommunikation-som-mission/block-3

UPPGIFT – PLANERA ETT MÖTE

- » Välj en fysisk mötesplats, gärna någon som inte är ordinarie verksamhet. Hur kan ni använda den för att synas och skapa nya kontakter? Fundera och diskutera hur ni kan arbeta med den, planera er närvaro och inte minst följa upp hur det gick.
- » Mötesplats, kommunikation och närvaro – före, under och efter.

På nästa sida finns utrymme att svara/kommentera frågeställningarna.

 **EGNA ANTECKNINGAR**

KAPITEL 7

Sociala medier – digitala mötesplatser



Utbildningsårets tredje möte, Block 3 handlar om att vara kyrka på nätet.

Av internetanvändarna i Sverige använder 83 % sociala medier. Den dagliga användningen av sociala medier ökar varje år. Nu finns det inte längre en klyfta mellan dem som använder sociala medier och dem som inte gör det. Snarare ser man en klyfta mellan dem som använder sociala medier sällan och dem som gör det ofta.

Facebook är det största sociala nätverket (74 %), Instagram är nummer två (61 %) och Snapchat nummer tre (41 %).

Sociala medier har växt fram ur människors vilja att kommunicera med varandra. Det är vänner som pratar med vänner och familj som pratar med familj. Det är nördar som söker efter andra med samma intressen. Sociala medier är i mångt och mycket förströelse och underhållning. Med tiden har kanalerna även fyllts av arbete, shopping, opinionsbildning med mera.

Om digitala mötesplatser blir allt viktigare i människors liv, är det då inte naturligt att också kyrkan finns närvarande där? På samma sätt som kyrkan finns på andra platser där människor är så som fritidsgårdar, fängelser, sjukhus, äldreboenden så bör den även finnas på de digitala mötesplatserna.

ANSLAGSTAVLA

Sociala medier är en bra plats att sprida kännedom om kyrkans olika verksamheter och evenemang. Håll då i minnet att man alltid måste vara social på sociala medier. Ingen vill prata med en anslagstavla. Ingen vill få information som man inte är intresserad av. En organisation som visar intresse för att göra något gemensamt och bjuder in till dialog och engagemang har större möjlighet att lyckas i sin kommunikation på sociala medier.



ATT VARA KYRKA PÅ NÄTET

Det är fortfarande av vikt att berätta vad kyrkan gör (verksamheten, samhällsnyttan, kulturarvet) men det finns en dimension till: Att VARA kyrka på nätet.

Vårt uppdrag som Svenska kyrkan står fast även på nätet: Gudstjänst, diakoni, undervisning och mission.

Vi vill fortfarande vara en kyrka som människor har en positiv relation till och känner glädje över att tillhöra. Vi vill ge rum för möten med Gud. Vi vill ge människor möjlighet till tro och engagemang. Detta kan vi göra även på sociala medier.

Kyrkans närvaro på nätet ska inte ersätta de möten som sker i församlingshemmet eller i kyrkan, utan skapar nya mötesplatser för dem som ännu inte hittat till kyrkan, eller som är i ett läge i livet då det inte är möjligt.



På intranätet under block 3 finns en film där nätprästen Charlotte Frycklund intervjuas av Lina Beutler som är samordnare av Svenska kyrkans nationella arbete i sociala medier.

internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/kommunikation-som-mission/block-3

HUR SKA SOCIALA MEDIER ANVÄNDAS?

Det är lätt att hamna i ett läge då man tittar i kalendern och funderar på vad som ska berättas på sociala medier. Är det en speciell gudstjänst eller konsert på gång? En kyrklig högtid? Kanske vore det bättre att fundera på var människor befinner sig i sina liv. Vad håller dem vakna om natten? Vad längtar de efter? Vilka livsfrågor bär de på utan att kunna dela dem med någon? Hur kan kyrkan vara en förmedlare av tro, hopp och kärlek?

Det går att uppmärksamma mors dag, skolstarter, klimatångest, ekonomiska problem, brustna relationer, nyhetshändelser, med mera och ändå behålla den kyrkliga identiteten. Vi behöver bara vara lika lyhörda och duktiga som vi redan är på äldreboendet, fängelset och fritidsgården.

VAD VILL DIN FÖRSAMLING/PASTORAT BERÄTTA?

Kommunikationen i sociala medier blir som bäst när alla bidrar, när ni utgår från bilder som väcker känslor, förmedlar en berättelse och som gärna är från era egna sammanhang.



På intranätet under block 3 finns stöd för hur man kan genomföra ett redaktionsmöte med församlingen. Antingen där alla deltar eller medarbetare från olika yrkesgrupper.

internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/kommunikation-som-mission/block-3

UPPGIFT – GÖR ETT INLÄGG PÅ FACEBOOK ELLER INSTAGRAM

Tänk på att de som ser inlägget i de allra flesta fall ser det på telefonen. Omgivningen kan vara stökig och distraherande då personen kan befinna sig på en buss eller sitta framför tv:n. Bilden måste därför vara tydlig och lätt att ta till sig. Om ni använder rörlig bild, tänk då på att de flesta ser filmen utan ljud, texta därför filmen om du har möjlighet.

Texten i inlägget ska vara kort och kärnfull. Säg det ni vill, säg det, säg inte mer.

Det ska vara lätt för den som ser inlägget att förstå innehållet och ta ställning till om den vill gilla, dela eller kommentera.

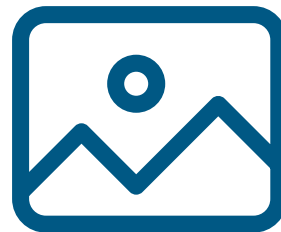
- » Välj kanal och fundera över målgruppen. Vilka människor når ni i denna kanal?
- » Gör ett inlägg för den valda målgruppen.
- » Fundera på hur ni kan underlätta för mottagaren att gilla, dela och/eller kommentera. Begär inte att dina följare ska göra mer än en sak för att visa sitt engagemang.
- » Fråga en arbetskamrat om hur han eller hon uppfattar inlägget. Kan det bli tydligare eller mer direkt? Används ord och begrepp som är svåra att förstå?
- » Publicera och svara på eventuella kommentarer. Försök svara på ett sätt som öppnar för samtal om det är möjligt.
- » Utvärdera inlägget. Fick du reaktioner? Vilka?

På nästa sida finns utrymme att svara/kommentera frågeställningarna.

 **EGNA ANTECKNINGAR**

KAPITEL 8

Bilden central för kommunikationen



Det här kapitlet kan du fylla i när du vill under året. Är det en del av utbildningsårets lärkontrakt är det ett kapitel för er. Annars är det en viktig byggsten i din kommunikation som hjälper människor att uppfatta kyrkan på ett sätt som gör att man vill ta del av kommunikationen.

Det bildspråk församlingen använder sätter till stor del bilden av hur församlingen uppfattas i sin kommunikation. Även bilder ni inte använder visar en ståndpunkt. Visar bilderna mest stillastående föremål eller visar de på aktivitet, är bilderna lätta att uppfatta som lokala eller mer generella, finns olika åldersgrupper och kön representerade, eller är det likriktat? Några ledord för kyrkans bilder är närvaro, öppenhet, hopp, andlighet, gemenskap, mångfald, aktivitet och trovärdighet.

För att uppfattas som relevant för människor behöver ni också ha ett bildspråk som passar den ålder eller livssituation mottagarna befinner sig i och den information de söker. Unga människor attraheras av bilder med liv och rörelse medan medelålders personer söker bekräftelse på trygghet.

TIPS

- » Alla kan ta bilder
- » Vardagsspråket i bild får kyrkan att uppfattas levande och genuin
- » Ikon är ett bra sätt att dela och använda bilder i församlingen

UNDERLÄTTA ANVÄNDNINGEN AV BILDER MED IKON

Ikon är Svenska kyrkans egen bildbank som är integrerad med webb, mallverktyget för affischer och verktyget för digitala nyhetsbrev. Genom att skapa en egen mapp för församlingens bilder i Ikon kan ni enkelt samla era egna bilder tillsammans med de nationella. Enkelt och utan kostnad!



TRYGG ANVÄNDNING AV BILDER

Användningsvillkor för Ikon handlar både om att följa lagar och att visa respekt för personen på bilden. Varje person som undertecknat ett samtycke att finnas med på bild har fått möjlighet att ange i vilket sammanhang bilden får användas. Kontrollera det under rubriken Ändamål. Om en person exempelvis angett Barn och unga som ändamål får du inte använda bilden för att beskriva en begravning.

Varje gång en bild på en person ska visas i större omfattning eller storlek ska personen tillfrågas. Det kan gälla affischer på stan, bussreklam eller en stor bild i en dagstidning.

LÄNKAR



Beställa egen mapp i Ikon:

internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/bildbanken-i-gip



Bild och GDPR

internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/bildregler



Workshop - Hitta bilder – bjud in till vernissage

internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/kommunikation-som-mission/workshops



Bildspråk och Livshändelser

internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/kommunikation-som-mission/block-3



En introduktion till tre olika sätt att skildra något i bild. Bildstilar.

internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/kommunikation-som-mission/block-1

UPPGIFT

- » Beställ ett eget rum i Ikon
 - » Hitta församlingens bildspråk
 - » Gör en vernissage
-

 **EGNA ANTECKNINGAR**

KAPITEL 9

Vår grafiska manual



Det här kapitlet kan ni fylla i när ni vill under året. Är det en del av utbildningsårets lärkontrakt är det ett kapitel för er. Grafiska manualen är en viktig byggsten i er kommunikation som hjälper människor att snabbt känna igen att det är Svenska kyrkan som kommunicerar.

Vår grafiska manual är vår visuella identitet. Den finns för att göra det lätt att se och känna igen att det är Svenska kyrkan som kommunicerar. På det viset blir kommunikationen tydligare och mer effektiv. Genom att använda samma typsnitt och färger kan människor fokusera på budskapet istället för på vem som är avsändare.

I Svenska kyrkans gemensamma grafiska manual finns riktlinjer som hjälper till att göra kommunikationen enhetlig. Genom att vara tydliga och konsekventa i alla kanaler bidrar vi till målet med vårt kommunikationsarbete: att kyrkan ska vara relevant i människors liv och visa på samhällsnytta.

Vår grafiska manual fungerar som ett praktiskt stöd när ni ska ta fram olika former av kommunikationsmaterial. Den bidrar till ett formspråk för en effektiv gemensam kommunikation.



Ni hittar den grafiska manualen på intranätet:

internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/grafisk-profil



I Svenska kyrkans nationella **Mallverktyg** kan ni enkelt göra era egna affischer i mallar som följer den grafiska manualen. Ni kan välja på flera olika beroende på vilken åldersgrupp ni ska rikta er till. Utöver mallar för affischer finns det även mallar för inbjudningar till en sorgegrupp eller andra verksamheter med mera.

UPPGIFT

- » Var kan ni som församling/pastorat hitta mallar för att ta fram e-post, brev och affischer? På nästa sida finns möjlighet att anteckna.

 **EGNA ANTECKNINGAR**

KAPITEL 10

Syns du inte, finns du inte

Det här kapitlet kan ni fylla i när ni vill under året. Är det en del av utbildningsårets lärkontrakt är det ett kapitel för er. Det är en viktig byggsten i kommunikationen som hjälper människor att hitta Svenska kyrkan digitalt.



Att vara tillgänglig digitalt är nödvändigt i dag. Om människor inte hittar den information de söker på nätet riskerar vi som kyrka att bli bortvalda och steget blir längre till ett möte. Det gör att både en webbplats och sociala medier kan behövas för att förmedla konserter, tider för gudstjänster, möjligheten att boka dop eller komma i kontakt med en präst.

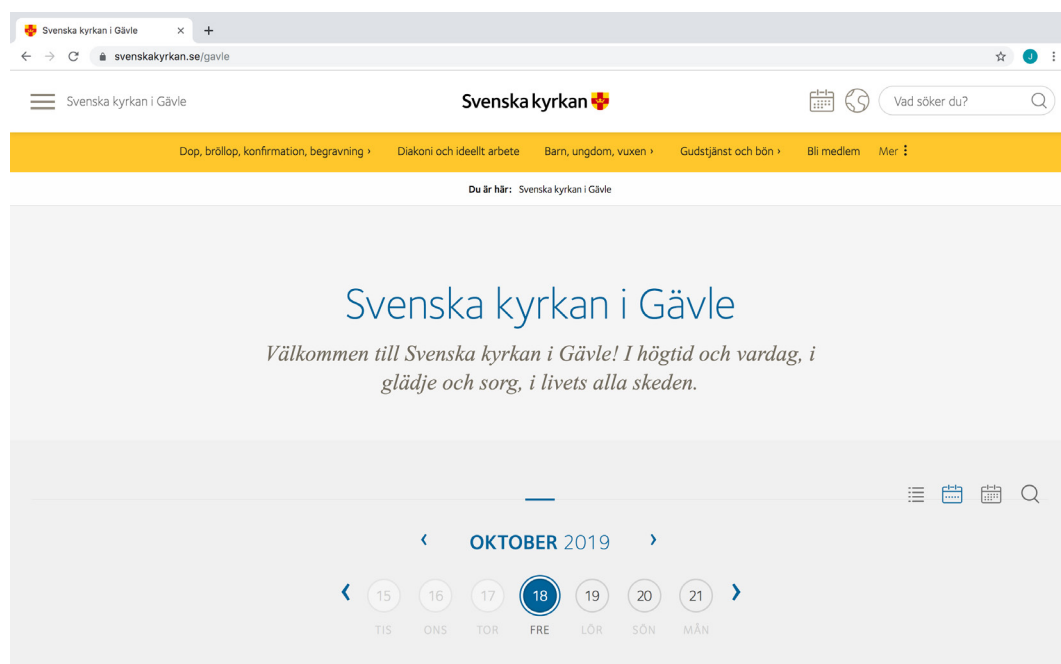


KALENDERN I TOPP

En av de mest besökta sidorna på Svenska kyrkans webbplats är den gemensamma kalendern. Lokala kalenderhändelser visas både på den gemensamma webbplatsen svenskakyrkan.se och i appen Kyrkguiden. Kalenderdata kan matas in i Svenska kyrkans kalenderdatabas både av externa leverantörer och genom kalendern som är kopplad till webbplatsen i redigeringsverktyget.

På svenskakyrkan.se kan kalenderuppgifterna visas på tre olika sätt:

- » I kalenderportalen (www.svenskakyrkan.se/kalender)
- » Som indragen kalender på en viss sida
- » I webbplatsen sidfot



Skärmdokument 1 visar väg till kalenderportalen samt indragen kalender på en lokal webbplats.

KAPITEL 9 FORTSÄTTER PÅ NÄSTA SIDA.

The screenshot shows the website for Svenska kyrkan i Gävle. The page has a yellow header with navigation links: 'Dop, bröllop, konfirmation, begravning', 'Diakoni och ideellt arbete', 'Barn, ungdom, vuxen', 'Gudstjänst och bön', 'Bli medlem', and 'Mer'. Below the header is a search bar and a main heading 'Prata med oss'. The main content area is divided into four columns: 'Kontakt' (with address, phone, and email), 'Kalender' (with a list of events for October 18, 19, 20, and 21), 'Hitta snabbt' (with links like 'Bli medlem', 'Kontakta oss', etc.), and 'Sociala kanaler' (with icons for Facebook, Twitter, and Instagram). The footer of the page contains a blue bar with a white calendar icon and the text 'Se fler kommande händelser'.

Skärmdokument 2 visar kalender i sidfoten på en lokal webbplats.

APPEN KYRKGUIDEN

Kyrkguiden är en app som är framtagen av Svenska kyrkan och som bland annat visar alla församlingars olika aktiviteter och träffar såsom gudstjänster och konserter. Förutom kalendarium kan även användaren hitta närmaste församling, kontaktuppgifter samt information om kyrkor, församlingshem och kyrkogårdar. I appen finns en sökfunktion som känner av mobilens geografiska position och visar vad som sker i närheten. Sökresultatet kallas "upptäcksartiklar". Varje församling kan lägga in upp till två lokala artiklar åt gången för att marknadsföra till exempel lokala händelser och utställningar.

TIPS

- » För att en kalenderhändelse ska synas i appen Kyrkguiden måste den vara kopplad till en plats i ett system i platsadministrationen.
- » Platsens namn i kalendern och i platsadministrationen måste vara identiska, annars fungerar inte kopplingen.
- » Tänk på att lägga till en geo-position till platsen. Då blir den sökbar när användare, både på webben och i appen, söker efter händelser inom ett visst område.

UPPGIFT

- » Gå in på er församlings/ert pastorats kalender på webben och i appen för att bekanta er med vad era besökare ser. På så sätt får ni en antydning om vad som kan behöva finputsas.
- » Lista det som behöver göras.

TIPS

- » Kalenderuppgifterna kommer från Svenska kyrkans kalenderdatabas (se stycket om kalendern).
- » Uppgifterna om en viss plats kommer från platsadministrationen. I platsadministrationen går det till exempel att lägga till foton, 360-bilder, ljudfiler och allmän information om en viss plats.
- » Platsadministrationen och Artikeladministrationen hittar ni på samma ställe som ni administrerar.



svenskakyrkan.se: admin.svenskakyrkan.se/admin

KONTAKTUPPGIFTERNA PÅ WEBBEN OCH I APPEN KOMMER FRÅN KYRKSAM

De kontaktuppgifter till stift, pastorat och församlingar som visas på svenskakyrkan.se och i appen Kyrksam hämtas från Kyrksam och går inte att ändra i administrationsgränssnittet för webbplatsen. Det gäller också den länk till församlingens webbplats som visas i sökresultat samt adress och andra kontaktuppgifter som visas i funktionen "Sök församling". Därför är det viktigt att Kyrksam alltid hålls uppdaterad.

UPPGIFT

- » Se till att din församlings kontaktuppgifter är uppdaterade i Kyrksam. Skapa en rutin vid texnyanställning och avslut som gör att uppdateringarna inte glöms bort.

LÄTT ATT HITTA KONFIRMATIONSALTERNATIVEN

På svenskakyrkan.se kan de som vill hitta aktuella konfirmationsalternativ inom Svenska kyrkan. All information som presenteras på webben kommer från Kyrksam.



Skärmdokument 3 visar konfirmandsök: www.svenskakyrkan.se/konfirmation/Konfirmandsök.



Mer information om hur webbplatsen fungerar och vilka kopplingar som finns hittar ni på intranätet webbjälp. Där finns även lathundar och annan bra information för de som arbetar med Svenska kyrkans gemensamma webbplats svenskakyrkan.se:
internwww.svenskakyrkan.se/webbjalp

UNDERLÄTTA ANVÄNDNING AV BILDER MED IKON

Ikon är Svenska kyrkans egen bildbank som är integrerad med webb, mallverktyget för affischer och foldrar och verktyget för digitala nyhetsbrev. Genom att skapa ett eget rum för församlingen i Ikon kan ni enkelt samla församlingens bilder. Ange fotograf och tagga bilderna så kan ni dela med er av guldorn som fler församlingar kan använda.

 **EGNA ANTECKNINGAR**

KAPITEL 11

Vem ansvarar för kommunikationen?



Det här kapitlet kan ni fylla i när ni vill under året. Är det en del av utbildningsårets lärkontrakt är det ett kapitel för er. Det är en viktig förutsättning för ett effektivt kommunikationsarbete.

En tydlig organisation och en plan för kommunikationsarbetet gör det lättare för alla att bidra och delta. Det gör också att kommunikationsarbetet får mycket större effekt, blir effektivare och når fler. Med en god planering ökar chansen att er kommunikation når fram och gör skillnad.

För att minska risken att saker faller mellan stolarna behöver ni bestämma vem som gör vad, vem som har ansvar och som tar viktiga beslut. Organisation är egentligen något man aldrig blir riktigt färdig med. Med nya kunskaper och erfarenheter behöver man regelbundet ta sig tid att fundera på vad som fungerar och vad som behöver ändras.

KOMMUNIKATIONSARBETET PÅ FÖRSAMLINGS- OCH PASTORATNIVÅ

- » Kyrkorådet fastställer och beslutar kommunikationspolicyn
- » Kyrkorådet/kyrkoherden ansvarar för övergripande kommunikation
- » Församlingens/pastoratets ledning är ytterst ansvarig för den strategiska samordningen av kommunikationsarbetet
- » Det praktiska ansvaret för att samordna, förankra och strategiskt driva kommunikationsarbetet ligger hos kommunikationsenheten/kommunikatören/annan?
- » Nomineringsgrupper ansvarar för sin egen informationsspridning
- » Chefer ansvarar för kommunikationen inom sitt verksamhetsområde
- » Medarbetare och förtroendevalda ansvarar för att hålla sig informerade om större aktiviteter i församlingen/pastoratet och att dela information.

INTERN KOMMUNIKATION – GEMENSAMT LÄRANDE

Den gemensamma kompassen i kommunikationsarbetet är församlingsinstruktionens vision och mål. Det är ledningens ansvar att det finns en bra och fungerande intern kommunikation som visar riktning och hur alla kan bidra. Det är inte minst viktigt för att åstadkomma en effektiv kommunikation. Alla medarbetare och förtroendevalda ska ha tillräckliga kunskaper om verksamheten för att kunna berätta om den.

Att vid veckomöten eller månadsmöten på arbetsplatsen lyfta vilka kommunikationsaktiviteter som är på gång så att man kan bidra ger stora effekter – och glöm inte att också berätta hur det gick. Blev det fler besök på webben? Fler följare i sociala medier – och kom det någon till själva aktiviteten. Att utvärdera tillsammans brukar ge goda idéer om hur man kan finslipa kommunikationen till nästa gång.

Så långt det är möjligt, försök att använda möten för alla typer av dialog. När det handlar om mer direkt informationsdelning kan det passa med intranätet och nyhetsbrev.



På intranätet finns en verktygslåda för dig som vill utveckla den interna kommunikationen.
internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/internkommunikation

UPPGIFT – INTERNA KOMMUNIKATIONSKANALER OCH RUTINER

Hur går den interna kommunikationen till hos er? Dokumentera vilka kanaler ni använder och hur.

- » Intranätet
 - » Sociala medier
 - » Nyhetsbrev
 - » Möten – enhetsmöten, arbetsplatsmöten osv
 - » Anslagstavlor, både fysiska och digitala
 - » Annat?
-

UPPGIFT – EN EGEN POLICY

Att ha en gemensam policy i arbetslaget för er kommunikation är A och O, för då kan det vara olika personer som uppdaterar olika kanaler utan att det blir rörigt. Kanske vill ni lyfta fram era egna vägval för kommunikationen i er församling/ert pastorat? Många väljer då att arbeta fram en egen policy kring vad som är bra kommunikation. Har ni redan en egen kommunikationspolicy i er församling/ert pastorat? Annars kan ni i uppgiften nedan skapa er egen policy.

Skriv in hur er kommunikation fungerar.

- » Vem beslutar vad?
- » Vem fastställer årsplanen?
- » Vem/vilka ansvarar för de olika kanalerna (webb, församlingstidning osv)?
- » Hur hålls kommunikationsarbetet ihop?

På nästa finns utrymme att svara/kommentera på frågeställningarna.

 **EGNA ANTECKNINGAR**

KAPITEL 12

Gör en årsplan



Vid utbildningsårets sista möte i Block 4 är det dags att använda alla kunskaper och göra en årsplan för kommande år. En årsplan kan man göra när som helst på året, men tänker ni att det ska få kosta behöver man göra den så att den kan påverka församlingens budget.

För att få en överblick över vad ni som församling/pastorat ska kommunicera på ett år och vem som ansvarar för vilken del görs en årsplan. Den fyller flera viktiga funktioner. Årsplanen säkerställer att ni når de grupper ni vill kommunicera med och vilka lokala evenemang ni vill lyfta i er kommunikation – att församlingen/pastoratet synliggörs på det sätt ni vill. Årsplanen kan innehålla lokala arrangemang som en fotbollscup, höstmarknad eller hemvändardagar, men också sådant som gäller alla.

En årsplan bidrar till att hela församlingen kan samarbeta kring kommunikationen. Även om det finns kollegor med uttalat ansvar för kommunikationen är den allas uppgift.



På intranätet finns mallar och en gemensam planering som ni kan utgå från. Mall till årsplanen finns här: internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/arshjulet-2020



På intranätet finns även en workshop du kan göra med arbetslaget för att fånga viktiga aktiviteter. Allt från gravskötsel, pilgrimsvandring till julpyssel för stora och små.

internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/kommunikation-som-mission/block-4

För 2020 finns två typer av årsplan, ett runt och ett linjärt. På den här sidan fokuserar vi på det linjära. Nedan ser ni delar ur ett årsplanen över 2020.

	MAJ	JUNI	JULI	AUGUSTI
MÄNSSKICÄRET	Påsklov, Utträde ur kyrkan	Sommarlov	Sommarlov	Sommarlov
INOMKYNLEJUT	Konfirmationsinsats		Almedalen 30/6-7/7	Konfirmationsinsats
INTERNATIONELLA	Lansering ACT Svenska Kyrkan	Sommärkampanj	Sommärkampanj	
WEBB	Konfirmation	Drop-in vigsel, Pingst	Kulturarv (Sommärkyrkor), Gratis aktiviteter	Familjerådgivning, dop
SOCIALA MEDIER		Dop, konfirmation, vigsel och begravning, Familjerelationer.		Annonsera om volontärer i jul

UPPGIFT – SKAPA ER EGEN ÅRSPLAN

- » Nu ska ni skapa er egen årsplan. Se till att fokusera på de prioriterade livshändelser som berör er församling/ert pastorat och när under året ni kommunicerar med vilken åldersgrupp för att säkerställa att ni inte missar någon av dem. Exempelvis kan det passa att kommunicera med ungdomar under sommaren eftersom det är musikfestivaltider.

På nästa sida finns utrymme att skriva egna anteckningar kopplat till uppgiften.

 **EGNA ANTECKNINGAR**

KAPITEL 13

Rutiner för kommunikation



Det här kapitlet kan ni fylla i när ni vill under året. Är det en del av utbildningsårets lärkontrakt är det ett kapitel för er.

Det finns tillfällen när det är extra viktigt att kommunicera med medlemmar och andra i närområdet. Det kan till exempel vara när människor flyttar till en ny församling och då tappar kontakten med kyrkan. Det kan också vara när människor väljer att bli medlemmar eller lämnar kyrkan. Hur människor som lämnar kyrkan blir bemötta påverkar deras syn på Svenska kyrkan och vilja att komma tillbaka. Vi vet att människor är mer öppna för ny information vid viktiga livshändelser: när ett barn föds, när barnen lämnar hemmet, när någon dör och så vidare. Det är alla bra tillfällen för kommunikation.

Nu ska ni titta närmare på hur ni kan skapa rutiner för att nå dessa grupper. Uppgiften hänger samman med kapitel 6, där ni arbetade med vilka grupper ni vill nå. En viktig utgångspunkt är att tänka på hur du själv vill bli mött och bemött.

TIPS

Rutiner som enkelt ökar församlingens/pastoratets digitala tillgänglighet och spridning

- » Uppdatering av webb, kalender, Platsinfo, appen Kyrkguiden, Kyrksam.
- » Lediga jobb är en välbesökt sida. Även om ni inte har någon tjänst ute kanske ni kan berätta om kyrkliga utbildningar och var man kan hitta kyrkliga arbeten. Lediga jobb får stor spridning i sociala medier – hur använder ni denna möjlighet?

UPPGIFT

Vilka rutiner använder ni som församling/pastorat för att synas och skapa nya kontakter? Delar ni ut material och berättar om er verksamhet? Vilka smarta saker gör ni idag som behöver dokumenteras för att inte tappas bort? Fundera och diskutera hur ni arbetar vid dessa tillfällen och mötesplatser:

- » www.svenskakyrkan.se/forsamling – information om vad som händer i församlingen, tillgänglighet och för dem som vill boka dop, anmäla sig till konfirmation eller annan kyrklig handling
- » Församlingens webbplats
- » Appen kyrkguiden – predikoturer, kyrkguider
- » Digitala anslagstavlor, både egna och andras
- » Sociala medier
- » Närvaro på andra webbplatser – digital annonsering, ”händer i x stad”
- » Församlingstidning – delas ut x gånger per år till alla boende/medlemmar
- » Trycksaker (dopfolder, sorgegrupp, visitkort osv)
- » Församlingens annonser i lokala tidningar
- » Affischer och anslagstavlor

 **UPPGIFT**

- » När har ni märkt att kommunikation är extra viktig? Skriv vid vilka tillfällen ni har en kommunikationsrutin och hur den ser ut. Kan det till exempel vara när någon är nyinflyttad, inför dop, skolstart eller pension? Skickar ni ut något material? Ringer ni? Vad säger ni? Hur dokumenterar ni det? Hur följer ni upp? Har ni olika brev till en ung barnfamilj som flyttar in i församlingen och till en pensionär – eller får alla samma material?
 - » Fundera över vilka rutiner för regelbunden lokal information församlingen har. Berättar ni till exempel om kyrkans barnverksamhet på BVCs anslagstavla, om ungdomsaktiviteter på idrottsklubbens hemsida eller delar ni ut ljus vid allhelgona? Allhelgona är den tid då flest människor möter kyrkan.
 - » Hur håller ni kontakten med dem ni möter, till exempel faddrar efter dopet, konfirmander och så vidare? Varje möte är en möjlighet till fortsatt engagemang, kanske som ny medarbetare, givare eller körsångare.
-

 **EGNA ANTECKNINGAR**

KAPITEL 14

Kriskommunikation



Det här kapitlet kan du fylla i när du vill under året. Är det en del av utbildningsårets lärkontrakt är det ett kapitel för er. Annars är det en viktig byggsten i kommunikationsarbetet.

Det är ett känt faktum att organisationer och företag klarar kriser bättre om de är förberedda den dag något händer.

Vid en kris handlar det både om att ge korrekta uppdateringar och om att informera även när det inte finns något nytt att säga. Det är viktigt att ni har bestämt i förväg vem som är talesperson och hur ni hanterar era kanaler vid en kris. Att förbereda sig inför olika typer av kriser skapar större förutsättningar för att agera både snabbt, samordnat och tryggt.



HIT KAN NI RINGA

- » Pressjour tel 018-16 94 75
- » Fyll i ert stifts telefonnummer här:

UPPGIFT

- » Vilka typer av kriser kan ske i församlingen?
- » Hur ser era egna rutiner ut? Vem är talesperson och vilka kanaler använder ni för kriskommunikation? Vem kan lägga ut information på webben och vem uppdaterar sociala medier? Ta reda på vilken # som används.
- » Vilken hjälp kan ni få av stift och kyrkokansliet i Uppsala?
- » Samla här viktig kontaktinformation till kommunen, stiftet m fl.

På nästa sida finns utrymme att kommentera/svara på frågorna.

 **EGNA ANTECKNINGAR**

KAPITEL 15

Vad händer i omvärlden?



Vid utbildningsårets sista möte i Block 4 är det dags att återvända till hur det ser ut i omvärlden och närvärlden. Det är ett arbete man aldrig blir klar med, men behöver få struktur på. Ni kan starta när som helst på året, men tänker ni att det ska få kosta eller påverka verksamheten behöver ni göra den så att den kan påverka församlingens budget och planering.

I det här kapitlet ska ni göra en omvärldsanalys och en trendsplaning. Syftet är att hitta nya kommunikationstillfällen och att vara relevanta i er kommunikation genom att lyfta frågor som håller människor vakna om natten – sorg, oro och glädje.

ATT GÖRA EN OMVÄRLDSANALYS

Världen är i ständig förändring. Det är förstås något som vi i Svenska kyrkan behöver förhålla oss till. Hur klarar vi vårt uppdrag att vara kyrka i en föränderlig samtid med skiftande behov och förväntningar? För att kunna svara på den frågan behöver ni göra en omvärldsanalys. Det handlar om att undersöka vad som händer i omvärlden och vad det innebär för oss som kyrka.

Omvärldsanalyser behöver uppdateras varje år. Genom att följa vad som händer kan ni lättare förutse vad som väntar, både när det gäller möjligheter och utmaningar. Ni kan också bedöma om det finns skäl att ompröva tidigare vägval och beslut. Omvärldsanalysen blir helt enkelt utgångspunkten för ert strategiska arbete.

Det är viktigt att dela in omvärlden i sådant som är möjligt att påverka och sådant som inte är det. Helt enkelt för att kunna lägga resurserna på rätt saker. Ni kanske inte kan förändra att krig driver människor på flykt, men ni kan göra något för flyktingarnas livsvillkor. Ni kanske inte kan ändra stormakternas klimatpolitik, men ni kan göra mycket för att minska era egna utsläpp.

Med kunskap om historien och samtiden, går det att göra prognoser för framtiden. Prognosen blir säkrare ju närmare i tid den ligger och desto mer information ni väger in. Självklart kan en framtidsprognos aldrig vara helt säker. Det ligger i prognosens natur att ni får vara beredda på att det kan bli annorlunda.



På intranätet under block 4 finns en film som handlar om hur församlingen/pastoratet kan arbeta med omvärldsbevakning och nulägesanalys.

internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/kommunikation-som-mission/block-4



Där finns också en workshop som ni kan göra för att fånga det som är viktigt hos just er.

internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/kommunikation-som-mission/workshops

NÅGRA RÅD FÖR EN FRAMGÅNGSRIK OMVÄRLDSBEVAKNING

- » Bestäm vilken ambitionsnivå ni vill ha och begränsa projektet så det blir möjligt att genomföra. Sätt ramar för tid, ämne och ekonomi. Involvera så många som möjligt för bättre förankring. Se till att det finns resurser, både personella och ekonomiska. Det kan vara bra att fokusera på olika områden i olika perioder, till exempel konfirmation ett år och begravningar nästa. Se till att de som får uppdraget att hålla ihop arbetet också avsätter tid för det.
- » Beskriv tydligt det ni ska göra och försäkra er om att alla inblandade menar ungefär samma sak.
- » Bestäm en tydlig tidshorisont när ni formulerar frågan. Det vill säga: Hur ser barn- och ungdomsverksamheten i församlingen ut om fem år? Istället för Hur ser barn- och ungdomsverksamheten i församlingen ut i framtiden?

- » Formulera problemet på ett neutralt sätt utan värdeord. Välj hellre: Vilka trender kommer påverka medlemsutvecklingen år 2025? istället för Vilka positiva trender kan motverka den negativa medlemsutvecklingen i framtiden?
- » Vid en omvärldsanalys behöver man ofta ifrågasätta rådande uppfattningar och arbetssätt. Hemmablindhet brukar vara den största utmaningen. Det gäller att försöka se allt med nya ögon. Men för att samtalet ska fungera krävs tillit och lyhörddhet i gruppen.

HÄR KAN NI HÄMTA INFORMATION:



På intranätet finns all statistik och den analys som Analysenheten arbetar med.
internwww.svenskakyrkan.se/statistikstart

Fördjupning

- » Analysenhetens årliga omvärldsrapport – ett redskap för församlingar, stift och kyrkokansliet för att identifiera framtida utmaningar och möjligheter i verksamheten. Den ger en översikt av nuläge och trender i Svenska kyrkans när- och omvärld.
- » Kunskapsbanken – en samling kortare faktabaserade fördjupningar som bygger aktuell statistik om exempelvis.
- » Nyckeln till Svenska kyrkan – en skrift som utkommer en gång om året och presenterar aktuella faktaunderlag och analyser.

Ta del av egen och andra församlingars statistik

- » Statistikdatabasen – innehåller statistik kring ekonomi, befolkning, medlemmar och verksamhet för alla församlingar i Svenska kyrkan. Där finns det också en innehållsförteckning över alla uppgifter som finns och stöd för hur du söker.
- » Församlings/pastoratsrapporten – en unik rapport för er församling/pastorats statistik om er verksamhet och ekonomi med diagram, tabeller och förklarande texter.
- » Information om lokalsamhället från SCB – Lär känna församlingen genom uppgifter om arbetsmarknad och befolkning från SCB. Antal ensamhushåll och socioekonomi.

Egen insamling av information via enkäter

- » Enkätverktyget Entergate – ramavtalet hittar du via inköpsstöd på intranätet och stöd för att göra egna enkäter finns i webbutbildningar i Kyrkokansliets utbildningsportal.

UPPGIFT

- » Vilket tema vill ni spana på tillsammans under det kommande halvåret – dop, konfirmation, de nyinflyttade?
- » Hur kan hela arbetslaget involveras och bidra?
- » Vem har ansvar för att hålla ihop temat?
- » Lista de viktigaste trenderna i omvärlden som påverkar er verksamhet i hög grad.
- » Skriv kort vad som ligger till grund för er iakttagelse. Skriv också vilka konsekvenser dessa trender kan få för er verksamhet och ekonomi.
- » Sammanfatta församlingens styrkor och svagheter i relation till dessa trender. Har ni handlingsberedskap för att möta förändringarna i omvärlden?
- » Formulera vilka områden ni vill prioritera framöver.

 **EGNA ANTECKNINGAR**

KAPITEL 16

Lärdomar



Sist men inte minst viktigt. När utbildningsåret har sitt sista möte i Block 4 är det dags att se om alla ansträngningar har gjort skillnad. Arbetet med utvärdering kan man göra löpande under hela året – men det är bra att någon gång under ett arbetsår göra halt för att ta ut riktningen igen.

Att följa upp hur er kommunikation har fungerat ger viktiga lärdomar och en möjlighet att göra det ännu bättre nästa gång. Det finns särskilda uppföljningsmetoder men viktigast är faktiskt att reflektera i största allmänhet. Ställ frågor som: Hur gick det? Vad lärde vi oss? Vad gör vi annorlunda nästa gång? Hur vet vi det?

UPPGIFT

- » När ni förberedde er inför det gemensamma arbetet gjorde ni en nulägesanalys där ni kom fram till hur filterbubblan såg ut. Nu när året har gått är det dags att se hur det har gått för er.
- » Ni kanske satte som mål att få fler följare på sociala medier, att få yngre besökare på webben eller synas mer i media? Vill ni fortsätta följa era nyckeltal eller sätta nya mål?
- » Har antalet besök på webben ökat?
- » Hur stort är antalet klick i webbkalendern?
- » Hur många följare och aktiviteter har ni på Facebook och Instagram?
- » Hur ser räckvidden ut i olika åldersgrupper?
- » Ni kan också göra en mer detaljerad utvärdering. När ni annonserat i lokaltidningen kan ni höra av er till dem och fråga hur många läsare tidningen har. Om annonsen syntes på webben kan ni be om information om hur många som såg annonsen, hur många som klickade sig vidare osv. Detta kan med fördel även göras innan annonseringen. Kom ihåg att läsekretsarna kan se olika ut i papperstidningen och på webben. De digitala läsarna ökar.



På Svenska kyrkans intranät hittar ni fler tips om hur ni kan utvärdera era aktiviteter, närvaro i sociala medier osv. internwww.svenskakyrkan.se/kommunikation/kommunikation-som-mission/block-4

- » Hur gick det med lärkontraktet och spindeln? Utvärdera tillsammans hur arbetet har gått. Har ni uppfyllt lärkontraktet – och vad vill ni göra nu? Vill ni utveckla någon ny del av spindeln eller arbeta för att lära er mer om det nya ni gör nu?

På nästa sida finns utrymme att svara/kommentera frågeställningarna.

 **EGNA ANTECKNINGAR**