Kommunikationsstrategi

Virum Gymnasium

Indledning
Kommunikationsstrategien beskriver, hvordan vi kommunikerer om hvad, hvornår og ad hvilke kanaler. Kommunikationsstrategien er et redskab, der skal afspejle VG's værdier om gensidig respekt i alle sammenhænge og medvirke til at styrke en hensigtsmæssig kommunikation og arbejdsglæde på Virum Gymnasium.

Kommunikationsstrategien handler både om den interne og eksterne kommunikation, herunder synliggørelse af VG og VG's aktiviteter.

Det tilsigtes at kommunikere med stor modtagerbevidsthed og at styre kommunikationen, så de rette modtagere får den rette faktabaserede information. Som modtager må man være nysgerrig overfor andre(s) synspunkter og spørge nysgerrigt ind. Det være sig mundtligt, som skriftligt.

Hvem er omfattet af kommunikationsstrategien?
Alle ledere, medarbejdere og elever betragtes som aktører i VG's interne og eksterne kommunikation og er derfor omfattet af såvel rettigheder som ansvar i forhold til kommunikationen på og om VG.

Målgrupper
De primære målgrupper for VG's samlede kommunikation er:

Interne målgrupper
• Ledelse
• Medarbejdere
• Elever

Intern/ekstern målgruppe
• Bestyrelse

Eksterne målgrupper
• Forældre
• Potentielle elever, forældre og medarbejdere
• Lokalområdet
• Samarbejdspartnere på såvel andre uddannelsesinstitutioner mv. som i erhvervslivet
• Undervisningsministeriet
• Beslutningstagere i kommuner, regioner, institutioner mv.
• Pressen
• Internationale kontakter

Formål og mål
Det overordnede formål med kommunikationsstrategien er at sikre en professionel, målrettet, relevant og rettidig kommunikation ad en passende kanal. Det skal **altid** ske på en imødekommende måde og i en respektfuld tone.

Internt skal kommunikationen:

- medvirke til at videreudvikle og styrke skolens identitet og bærende værdier, så medarbejdere og elever oplever et tilhørsforhold og gode, motiverende rammer for arbejdet og skolegangen
- sikre, at medarbejdere og elever har kendskab til organisationens mål og vision
- sikre, at medarbejdere og elever har kendskab til de forhold, der er relevante for dagligdagen
- sikre, at medarbejdere og elever har adgang til information om beslutningsgrundlag og -processer, hvor det giver mening
- understøtte videndeling, udvikling og samarbejde på tværs i organisationen
- understøtte medarbejderes og elevers mulighed for at indgå i dialog om forhold, der vedrører eget arbejde/egen uddannelse
- være fællesskabsskabende

Eksternt skal kommunikationen:

- synliggøre VG og sikre kendskab til VG hos relevante målgrupper og samarbejdspartnere
- tiltrække kvalificerede og interesserede elever og medarbejdere

Det er væsentligt, at den interne og eksterne kommunikation ses i sammenhæng.

Åbenhed og tilgængelighed

Kommunikationen bygger på en lydhørhed, åbenhed og gennemsigtighed, der er baseret på en professionel høflighed og ordentlighed, som fremmer tillid både internt og i forhold til omverdenen. Vi kommunikerer tydeligt ad klart definerede kanaler, jf. nedenfor, hvor relevant information er let tilgængelig, og hvor den enkelte let kan bidrage til kommunikationen.

Rettidighed og relevans

Kommunikationen skal ske på rette tid og sted samt doseres og tilpasses målgruppen. Der kommunikeres differentieret til forskellige målgrupper, så kommunikationen har relevans for målgruppen, og så overflødig information begrænses. Der kan være tale om både skriftlig og mundtlig kommunikation. Kommunikationen kan have karakter af både information og debat/kommentarer.

Kanaler

Digitalt

Digital dannelse er et opmærksomhedspunkt. Det fordrer en bevidst tilgang i forhold til, hvilke medier der anvendes og måden at svare på (tone, tidsramme for svartid og tidspunkt, der kommunikeres på, antal modtagere i en evt. tråd).

- **Office 365** er den helt centrale kommunikationskanal på VG. Derfor forventes det, at *alle medarbejdere og elever tjekker deres arbejdsmail min. én gang i døgnet på arbejdsdage*. Mail besvares hurtigst muligt – så vidt muligt altid samme dag og som minimum inden for den samme uge, afhængig af sagens karakter.
  Som udgangspunkt klikkes kun de relevante modtagere på svaret.
  Hvis der er tale om kommunikation ifm. personalearrangementer, kan det give mening at udsende fællesskabsskabende alle-mails.

- **Lectio** anvendes ikke til direkte kommunikation, men indirekte på 'Forsiden' i relation til afgivelse af karakterer, aflevering af opgaver, ønsker til forældrekonsultationer mv. Årsplanen, månedskalenderen og det daglige skema tilgås i Lectio. Den enkelte elev og medarbejder skal holde sig orienteret heri – med fokus på aktiviteter og ændringer i 'bjælken' og skemarubrikkerne.

- **Fuglsang** – ugentligt elektronisk nyhedsbrev med vigtig passende mængde info for medarbejdere (med cc til bestyrelsen). Forskellige kommunikationsformer som prosa, tabeller, punktform, fotos og illustrationer er velkomne.
  Det forventes, at alle medarbejdere orienterer sig i dette inden hver ny arbejdsuge.
  Målet er at samle så mange informationer i Fuglsang, at mængden af mails minimeres.

- **SharePoint**, Teams og OneNote anvendes til undervisningen, virtuelle møder, videndeling for alle medarbejdere, faggrupper, udvalg mv.
  Rummer bl.a. infohåndbog med styringsdokumenter

- **Nyhedsbreve til elever og forældre** udsendes på mail – og i få tilfælde gennem e-Boks

- **Hjemmeside**

- **Infoskærme**

- **Sociale medier** består af flere former med forskellige målgrupper. Instagram har primært appel til eleverne, mens Facebook rammer bredere. Også her skal der være en respektfuld tone og et budskab, som VG kan stå inde for

Fysiske materialer

- **Trykte pjecer**
- **Opslagstavler**
- **Plakater**
- **Roll-ups**

Mundtlig kommunikation

- **Ved interne og eksterne møder**
- **I den daglige uformelle kommunikation**

Krisekommunikation

Ifm. akutte situationer og længerevarende krisehåndtering som fx COVID19 kan ovenstående fraviges og suppleres med SMS-kommunikation samt telefonisk kontakt.

2022.09.12/Vedtaget af bestyrelsen – efter høring i SU