



Osloregionen

Kommunikasjonsstrategi for Osloregionen IPR

November 2021

Sekretariatet for Osloregionen
www.osloregionen.no

Rådhuset
0037 Oslo

1. Kommunikasjonsmål

Visjon – Osloregionen skal være en bærekraftig og internasjonalt konkurransedyktig region

Kommunikasjonsstrategien bruker «Osloregionen IPR» ved omtale av organisasjonen, og «Osloregionen» ved omtale av det geografiske området som medlemmene representerer.

Osloregionen IPR har definert tre likestilte mål som skal bidra til å oppfylle visjon og de strategiske føringene for 2021-2024. Måloppnåelse vurderes årlig. På bakgrunn av målene er det formulert seks budskap som skal brukes i Osloregionen IPR sin kommunikasjon.

Osloregionen IPR sin kommunikasjon skal bidra til at

Mål 1.

Medlemmene har innsikt i og involverer seg i Osloregionen IPR sitt arbeide og opplever at det er relevant for deres virkelighet

Delmål:

- Øke antall medlemmer som kjenner til og er tilstede på Osloregionen IPR sine kommunikasjonsplattformer
- Øke antall av medlemsbesøk fra sekretariatet
- Øke andelen medlemmer som besvarer medlemsundersøkelsen
- Opprettholde andelen medlemmer som svarer i medlemsundersøkelsen at de er meget eller ganske godt fornøyd med Osloregionen IPR sitt arbeide
- Opprettholde medlemmenes interesse for deltakelse i Osloregionen IPR sine arbeidsgrupper og styrende organ

Budskap:

Osloregionen IPR er en medlemsdrevet organisasjon. Jo mer medlemmene involverer seg, desto større grad vil organisasjonenes aktiviteter møte deres behov.

Samarbeidet gir muligheter for utvikling og større gjennomslagskraft. Det er en styrke at det bak Osloregionen IPR sine uttalelser og aktiviteter står et felleskap bestående av 65 kommuner inkludert Oslo kommune.

Mål2

Økt oppmerksomhet og økt kunnskap om hovedstadsregionen

Delmål:

- Øke antall medieklipp om Osloregionen
- Øke antallet besøk på Osloregionen.no
- Øke antallet mottagere av Osloregionen IPR sitt nyhetsbrev
- Øke antallet som følger Osloregionen IPR sine SoMe kontoer
- Øke antallet deltakere på BEST-konferansen
- Utvikle og gjennomføre flere konsepter som Masterclass og Osloregionens klimaskole
- Økt global oppmerksomhet om Osloregionen, i tråd med den internasjonale profileringsstrategien (kilde: State of The City)

Budskap:

Satsing på tiltak som fremmer effektiv transport, reduserte klimagassutslipp og konkurransedyktig næringsliv i Osloregionen kommer hele landet til gode.

Ressursene og mulighetene i Osloregionen utnyttes best ved en flerkjernet utvikling, med vekt på utvikling av byer og tettsteder basert på deres fortrinn.

Mål3

Politisk gjennomslag for Osloregionen IPR sine posisjoner

Delmål:

- Økt antall publiserte kronikker med politisk agenda
- Økt antall redaksjonelle saker med politisk agenda
- Opprettholde antallet egne arrangementer med politisk agenda
- Økt antall deltagelser i høringer og dialog med relevante beslutningstagere
- Fortsette å involvere medlemmer i det interessepolitiske arbeidet

Budskap:

Osloregionen er Norges mest folkerike område, og ønsker å være en bidragsyter til å styrke forutsetninger for vekst og utvikling i hele Norge.

Osloregionen er en viktig motor i norsk økonomi. Det som påvirker Osloregionen vil i stor grad påvirke hele Norges økonomiske utvikling.

Osloregionen er Norges viktigste portal til omverdenen.

2. Målgrupper

Osloregionen IPR sine viktigste målgrupper er:

- Medlemmene (herunder politisk- og administrativ ledelse)
- Samarbeidspartnere i inn- og utland
- Aktuelle stortingskomiteer og stortingsbenker
- Relevante departementer og underliggende virksomheter
- Fylkeskommunene på Østlandet
- Målgrupper for ulike internasjonale markeds- og informasjonskampanjer
- Media (målgruppe og kanal)

3. Strategier for kommunikasjon

Osloregionen IPR har valgt fire strategier for kommunikasjon som skal bidra til organisasjonens måloppnåelse

Strategi	Tiltak(dette innebærer)
Strategi 1 - målgruppeorientering Osloregionen IPR sin kommunikasjon skal være målgruppeorientert og basert på gjennomslag hos mottakeren.	Målgrupper - Definere og skaffe kunnskap om målgruppene som skal nås - Være oppdatert på digitale bruksmønstre hos de ulike målgruppene - Kommunisere offensivt i egne kanaler slik at medlemmer, media og andre interessenter har tilgang til informasjon om Osloregionen IPR sin virksomhet Språk - All informasjon fra Osloregionen IPR formidles på norsk eller engelsk. - Språk skal tilpasses målgruppen, men alltid være korrekt, relevant, kortfattet og lett å forstå
Strategi 2 – Planlagt og aktiv Osloregionen IPR sin kommunikasjon om prosesser, aktiviteter og tiltak skal være planlagt, aktiv og tilpasset de rette kanaler.	Planlagt - Kommunikasjon brukes som et strategisk virkemiddel for måloppnåelse - Er i forkant og tiltak planlagt i god tid - Informasjon fra Osloregionen IPR skal være oppdatert og relevant Aktivt - Opplyse medlemmene og andre interessenter om Osloregionen IPR sitt arbeide - Synliggjøre Osloregionens fortrinn og resultater - Skape engasjement og bidra til deltakelse fra medlemmene omkring beslutnings- prosesser - Tydeliggjøre regionens posisjon, behov, resultater og ønsker overfor besluttsende myndigheter - Søke å påvirke nasjonale beslutningstagere innenfor prioriterte områder for Osloregionen IPR Kanalvalg - Velge kanaler ut fra målgrupper i det enkelte kommunikasjonstiltak - Ha kompetanse og kunnskap om nye relevante kanaler som kan tas i bruk, og utarbeide retningslinjer for disse etter behov - Utnytte teknologiske muligheter som gir medlemmer og interessenter bedre informasjonstilgang - Bruke både riks- og lokalmediene aktivt som kanal Tillit og omdømme - Informasjon fra Osloregionen IPR skal være i tråd med lovverk, korrekt samt pålitelig og etisk fundert

	• Bidra til at medlemmer og samarbeidspartnere blir Osloregionens beste ambassadører
Strategi 3 - Roller, ansvar og kompetanse Osloregionen IPR skal være en tydelig og enhetlig avsender som har et avklart og godt samarbeid internt, og eksternt med samarbeidspartnere.	Samhandling på tvers • Koordinere kommunikasjon ved å informere, involvere og samarbeide med medlemmer og andre relevante virksomheter der flere berøres/kan bli berørt • Avklare forventninger til og samordne kommunikasjonsrelatert arbeid hos medlemmer og samarbeidspartnere Enhetlig visuell profil • All informasjon skal tydelig vise frem Osloregionen IPR som avsenderen • Osloregionen IPR sin designprofil skal brukes konsekvent og korrekt for å sikre gjenkjennelighet Ansvar og organisering • Definere kommunikasjonsbehov både knyttet til daglige drift, til særskilte prosjekter og utarbeide planer etter behov. • Avdekke og videreutvikle intern kommunikasjonskompetanse
Strategi 4 – Identitetsbygging og profilering Osloregionen IPR sin kommunikasjon skal bygge felles identitet og profilere Osloregionen regionalt, nasjonalt og internasjonalt	Identitetsbygging • All kommunikasjon skal omtale Osloregionen som en felles region • Standard faktainformasjon om hvem/hva Osloregionen er skal alltid inngå i all ekstern kommunikasjon Regional og nasjonal profilering • Osloregionens nasjonale betydning skal fremmes og forsterkes • Lokale eksempler skal brukes • Medlemmene og andre skal ha tilgang til presentasjoner og informasjonsmateriell om Osloregionen til eget bruk Internasjonal profilering • Internasjonal profileringsstrategi for Osloregionen og Oslo Brand Guide skal konsekvent brukes • Medlemmene og andre skal være kjent med- og enkelt ha tilgang til ferdig materiell til bruk i eget internasjonalt profileringsarbeid