



KOMMUNIKASJONSSTRATEGI
2023-2030

Innhold

1.	Bakgrunn	2
2.	Ansvarsdeling	3
2.1	Kommunikasjon som lederansvar	3
2.2	Kommunikasjonsteam	3
3.	Kommunikasjonsmål	4
4.	Språkkrav	4
5.	Situasjonsanalyse	5
5.1	Foretakets målgrupper	5
5.2	Kanalvalg og kanalstrategi	6
5.3	Beredskap.....	6
5.4	Utviklingstiltak.....	7
6.	Internkommunikasjon	7
6.1	Interne informasjonskanaler.....	7
7.	Eksternkommunikasjon	8
7.1	Medieansvar	8
7.2	Brukermedvirkning.....	9
7.3	Offisielle og styrende dokumenter.....	9
7.4	Eksterne informasjonskanaler	9
8.	Kommunikasjonsdeltakelse i prosjekter og tiltak.....	9
9.	Interessentanalyse.....	10
10.	Omdømmearbeid	10
11.	Budskapsstrategi.....	11
12.	Samfunns- og myndighetskontakt	11
13.	Kommunikasjonsutfordringer	12
13.1	Kanaler	12
13.2	Organisering av pasientreiseområdet.....	12
13.3	Hvordan imøtekomme foretakets kommunikasjonsutfordringer	12
14.	Gjennomgang og revidering.....	13
14.1	Kanalvalg	13
14.2	Sosiale medier	13
	Vedlegg	13

1. Bakgrunn

Pasientreiser HF skal bidra til at pasienter kommer til og fra behandling, og at de som har krav på å få dekket reiseutgifter, får det. At pasienter får oppfylt sin rett til pasienttransport, er Pasientreiser HF sitt overordnede formål.

I oppdragsdokument 2023, formidlet eierne et felles, overordnet målbilde for hele pasientreiseområdet, som er:

Pasienter og pårørende skal oppleve forutsigbarhet og trygghet. Det er et mål at pasientene skal være aktive deltakere, og oppleve kvalitet og sammenhengende tjenester. Uønsket variasjon skal reduseres. Pasientreiseordningen skal legge til rette for at flest mulig organiserer sin egen reise, slik at ressursene kan rettes inn mot de som trenger det mest. Digitalisering og interregional styring av IKT-utviklingen er sentrale virkemidler for å effektivisere og videreutvikle tjenesten.

Følgende samfunns- og brukereffekter skal leveres innenfor pasientreiseområdet:

1. En aktiv og deltakende bruker
2. En enkel pasientreise
3. En tilgjengelig og tilpasset pasientreise
4. En kostnadseffektiv pasientreise

Samtidig ble ga eierne også mål for begge tjenesteområdene:

Reiser med rekvisisjon:

- Pasienten er en aktiv ressurs og veiledes før, under og etter reisen av en selvbetjeningsløsning
- Rekvirering er en digital prosess og behandler foretar kun unntaksvis vurdering av behov for tilrettelagt transport
- Transport ses samlet og gir optimal utnyttelse av ressursene med rett kvalitet og servicenivå i et fremtidig transportmarked

Reiser uten rekvisisjon:

- Rettigheten utløses ved automatiserte tjenester
- Pasienten får umiddelbart svar hvis det ikke er behov for skjønn
- Pasienten kan gi informasjon og få svar digitalt

Kommunikasjonsstrategien skal bidra til at Pasientreiser HF er tydelige på at foretakets aktiviteter knyttes til eiernes mål for området. Planlagt kommunikasjon skal bidra til måloppnåelse. Foretakets kommunikasjonsstrategi skal bidra til at vi fremstår tydelige, med klart språk, og et prioritert og målrettet budskap.

Kommunikasjonsstrategien er overordnet, og det utarbeides i tillegg kommunikasjonsplaner etter behov. Eksempler på aktuelle kommunikasjonsplaner er:

- aktiviteter i forbindelse med gjennomføring av tiltak innen reiser med rekvisisjon (f.eks. ved innføring av ny rekvisisjonspraksis)
- aktiviteter i forbindelse med ekstraordinære tiltak innen reiser uten rekvisisjon (f.eks. ved endring av praksis for distanseberegning)

2. Ansvarsdeling

2.1 Kommunikasjon som lederansvar

Det overordnede ansvaret for kommunikasjon er en del av lederansvaret til alle lederne i Pasientreiser HF. Det betyr at kommunikasjonsstrategien skal legges til grunn, og i størst mulig grad integreres i alt faglig arbeid.

Lederne har ansvar for å informere medarbeiderne om saker som angår foretaket, avdelingene og hver enkelt ansatt. Alle medarbeidere har på sin side et selvstendig ansvar for å søke, tilegne seg, og gi informasjon.

Intranett er den eneste interne informasjonskanalen som sikrer at medarbeidere ved Pasientreiser HF har lik tilgang til informasjon, lederne har derfor et spesielt ansvar for å bidra med informasjon om driften fra sin avdeling og foretaket generelt. Videre har avdelingsledere, ledere av fagforum, og andre fagpersoner et særskilt ansvar for å bidra til god og enhetlig informasjonsdeling fra sine områder, og inkludere kommunikasjonsrådgiverne ved behov, for eksempel for å sikre at lik informasjon når ut til alle samtidig.

2.2 Kommunikasjonsteam

Kommunikasjonsteamet skal bidra til at foretaket når sine mål. Teamet består av kommunikasjonsansvarlig og tre kommunikasjonsrådgivere, og utgjør fagmiljøet for kommunikasjons- og informasjonsarbeid i Pasientreiser HF.

Kommunikasjonsansvarlig deltar i relevante saker i ledergruppens ukentlige møter. I tillegg deltar kommunikasjonsansvarlig som observatør i styremøter og i Samarbeidsforum, og har ansvar for gjennomføring av møter i brukerutvalget.

Teamets primære ansvar

- Nettsider: Pasientreiser.no, helsenorge.no, Pasientreisens intranett
- Lederkommunikasjon
- Brukermedvirkning
- Beredskaps- og krisekommunikasjon
- Mediekontakt
- Prosjektkommunikasjon
- Grafiske tjenester og trykt materiell
- Språklig kvalitet og brukervennlige tjenester
- Sosiale medier

3. Kommunikasjonsmål

Målrettet og riktig kommunikasjon til, og med, målgruppene, bidrar til at foretaket når sine mål for pasientreiseområdet. Strategiske kommunikasjonsaktiviteter skal styrke innbyggernes kjennskap til pasientreiseområdet, og være et bidrag til at tjenesten oppfattes enkel og tilgjengelig.

Strategisk kommunikasjon skal sørge for at

- foretaket skaper godt omdømme og høy tillit, internt og eksternt.
- foretaket kommuniserer aktivt, åpent og ærlig.
- foretaket bidrar til samhandling og legger til rette for god dialog.
- foretakets medarbeidere er tilgjengelige i møte med målgruppene.
- foretaket legger til rette for systematisk brukermidvirkning og brukerinnsikt i utvikling og drift av tjenesteområdene.
- foretaket har en aktiv rolle i utviklingen av Helsenorge som nasjonal helseportal og pasientreiser.no som en del av felles nettløsning for spesialisthelsetjenesten.

4. Språkkrav

Foretaket skal arbeide for å ivareta klart språk, i henhold til språklova¹ og Språkrådets retningslinjer².

Ny språklov trådte i kraft 1. januar 2022. Loven omfatter et særlig ansvar for å fremme nynorsk som er det minst brukte norske skriftspråket. Loven understreker at offentlige organ skal kommunisere på et klart og korrekt språk (§ 9). Foretaket skal ikke bare sørge for å fylle lovkravet med 25 % innhold på nett på nynorsk, men skal også være en pådriver for å øke nynorskandelen på nett, og i annen skriftlig kommunikasjon.

¹ [Lov om språk \(språklova\) - Lovdata](#)

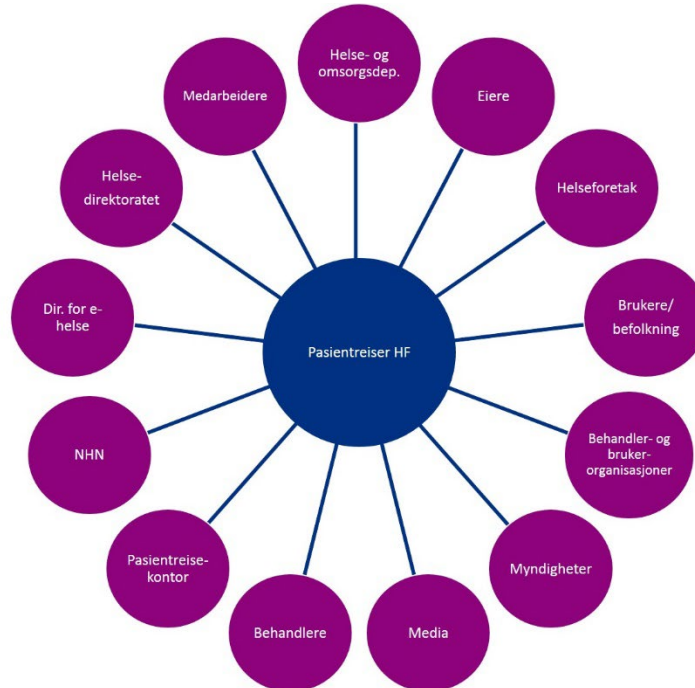
² [Klarspråk - Klarspråk \(sprakradet.no\)](#)

5. Situasjonsanalyse

Situasjonsanalysen beskriver dagens status innen intern- og eksternkommunikasjon i foretaket.

5.1 Foretakets målgrupper

Dette er foretakets primærinteressenter:



Disse målgruppene mottar informasjon og er i kontakt med Pasientreiser HF på ulike måter.

Foretaket skal nå alle målgruppene, både via foretakets tjenester (søknadsskjema, vedtaksbrev, brukerstøtte) og kanaler (pasientreiser.no, helsenorge.no, intranett, osv.). I arbeid med ulike aktiviteter, eller innsatsområder, er det behov for å tilpasse modellen, og for eksempel trekke ut målgrupper som påvirkes direkte av planlagt handling. I slikt arbeid kan det i tillegg være et behov for å utarbeide [en interessentanalyse](#).

Foretakets primære eksterne målgrupper, for å lykkes med å nå pasientreiseområdets målbilder, er innbyggere, behandlere og helseforetakenes pasientreisekontor.

Innbyggere som målgruppe

Pasientreiser HF skal bidra til at brukere av pasientreiseordningen forstår rettigheten sin, og til enhver tid får oppfylt rettigheten sin gjennom pasientreiseordningen. Pasientene skal være aktive deltakere og oppleve kvalitet, og en sammenhengende tjeneste.

Dette skal oppnås gjennom å

- bruke Helsenorge som primær informasjonskanal
- ha kampanjer i kanaler som rettes mot innbyggere (eks. annonser, informasjonsskjermer)
- bruke mediene som formidlingskanal for informasjon og kommunikasjon (blant annet gjennom proaktiv holdning til mediehenvendelser, debattinnlegg og kronikker)
- være åpne for nye kanaler som kan bidra til økt omdømme og bedre kjennskap
- involvere brukerorganisasjoner i større aktiviteter

Behandlere som målgruppe

Pasientreiser HF skal bidra til å effektivisere behandlernes arbeidshverdag. Tjenestene som utvikles skal minske arbeidspress for behandlere og sette pasienter i større grad i stand til å ha kontroll og ta avgjørelser om egen reise. Foretaket skal jobbe målrettet med informasjon til behandlere gjennom å

- bruke pasientreiser.no som primær informasjonskanal
- sende digitale nyhetsbrev om spesielt aktuelle saker
- ha kampanjer i kanaler som rettes mot behandlere (tidsskrift, informasjonsskjermer, o.a.)
- tilby helseforetakenes pasientreisekontor målrettet informasjon

Helseforetakenes pasientreisekontor som målgruppe

Pasientreiser HF samarbeider og samhandler med helseforetakenes pasientreisekontor. Dette gjøres gjennom å:

- sørge for at vårt felles intranett til enhver tid har oppdatert og nyttig informasjon på tvers av området
- god dialog ved besvarelser av mediehenvelser på tvers av området
- sende ut månedlige nyhetsbrev til abonnenter
- oppfordre til å bidra med informasjon i aktuelle kanaler om sine ansvarsområder
- samarbeid om kommunikasjonsplaner ved større aktiviteter

5.2 Kanalvalg og kanalstrategi

Pasientreiser HF har fire primærkanaler for å nå ut til målgruppene:

- **Helsenorge** til brukere av ordningen og innbyggere generelt
- **pasientreiser.no** til samarbeidspartnere, helsepersonell, transportører og foretakets interessenter
- pasientreisens **felles intranett** til foretakets medarbeidere og medarbeidere ved helseforetakenes pasientreisekontor
- **søknadsskjema** og **vedtaksbrev** per post

Kanalvalg bestemmes med bakgrunn i interessentanalyse og hvilke målgrupper som skal nås med aktuell informasjon eller budskap.

Utover de fire kanalene, som er beskrevet over, har Pasientreiser én felles kommunikasjonskanal, 05515, dette er en betydelig kommunikasjonskanal, og den eneste toveiskanalen området har. Ansvar for innholdet i denne tjenesten ligger hos avdeling for reiser uten rekvisisjon ved Pasientreiser HF, og helseforetakenes pasientreisekontor.

5.3 Beredskap

Kommunikasjonsansvarlig er med i foretakets faste arbeidsgruppe for beredskap. Når det oppstår en beredskapssituasjon, skal kommunikasjon involveres. Beredskapsansvarlig skal sikre intern og eksternt kommunikasjon til aktuelle målgrupper, og er ansvarlig for å følge [Prosedyre for informasjonsdeling i beredskapssituasjoner og Aktivitetsplan ved kriser og beredskap \(TQM\)](#).

5.4 Utviklingstiltak

Det pågår flere tiltak som skal utvikle fremtidens pasientreisetjeneste til det beste for brukere og samfunn. Tiltaksarbeidet er beskrevet i målbilder for reiser med rekvisisjon og reiser uten rekvisisjon (se pasientreiser.no). Målbildene viser tidslinjer og rekkefølge for arbeidene. Kommunikasjonsrådgivere deltar i arbeidet.

6. Internkommunikasjon

Foretakets primære interninteressenter er foretakets medarbeidere. Planer og retningslinjer for internkommunikasjon skal ivareta foretakets behov for informasjon.

For å fylle prinsippene om å ha en åpen, tydelig og tilgjengelig kommunikasjon eksternt, er det også nødvendig å følge de samme prinsippene internt. Når kommunikasjonsplaner legges, skal medarbeiderne være en prioritert målgruppe. Medarbeiderne skal gis mulighet til å påvirke, ytre seg, og komme med råd, både i saker som angår foretakets drift og utviklingssituasjon.

Kommunikasjonsplaner og revidert kommunikasjonsstrategi skal forankres gjennom egne møter med tillitsvalgte.

Ulike kanaler brukes til ulike formål, det er derfor viktig å være bevisst på hvilken kanal som brukes for å informere, og for å ivareta intern samhandling. Medarbeiderne skal oppleve at det er lav terskel for å komme med innspill. Dette fordrer god samhandling på tvers av avdelinger, og at kommunikasjonsteamet involveres i avdelingenes drift. Da overholdes åpenhetsprinsippet og medarbeiderne er orienterte om daglig drift og strategiske handlinger i foretaket.

6.1 Interne informasjonskanaler

Interne informasjonskanaler sørger for god informasjon og kommunikasjon med medarbeiderne i foretaket. Alle medarbeidere har ansvar for å bidra til informasjon internt.

Kanaler som skal brukes til interninformasjon og -kommunikasjon:

- **Pasientreisers intranett** er foretakets viktigste, og foretrukne interne informasjonskanal.
- **Nyhetsbrev** sendes til alle medarbeidere i Pasientreiser HF hver 14. dag
- **Nyhetsbrev** sendes til foretakets styre, medlemmer i foretakets brukerutvalg, og ledere ved pasientreisekontorene månedlig
- **Allmøter** (ev. nettmøter) brukes som formidlingskanal mellom administrerende direktør og de medarbeiderne etter behov.
- **Avdelingsmøter** brukes som formidlingskanal mellom avdelingsledere og medarbeidere ukentlig.
- **Møter i fagteam, tverrfaglige team og fagforum**
- **Interne informasjonsskjermer og fysiske oppslagstavler**

I tillegg benyttes Teams, Jira [Servicedesk](#), [Slack](#) og e-post som kommunikasjonsverktøy. Servicedesk brukes for å løse henvendelser mellom avdelinger i Pasientreiser HF. Slack brukes avdelingsvis, og for å kommunisere mellom foretakets medarbeidere og samarbeidspartnere hos f.eks. leverandører. Disse kanalene brukes også mellom fagpersoner i Pasientreiser HF og pasientreisekontorene.

Ved beredskapshendelser og kriser benyttes HelseCim som kanal for å nå ut til medarbeidere med ekstraordinær informasjon.

Ved valg av kanal for interninformasjon, er det spesielt viktig å ivareta primærmålgruppene som skal nås. Informasjonen skal gis i den kanalen som er nærmest målgruppen, og som bidrar til at flest mulig i målgruppene mottar informasjonen.

6.1.1 Informasjon om offisielle og styrende dokumenter

Styrende dokumenter gjøres kjent i avdelingsmøter, og publiseres på Pasientreisers intranett og i TQM.

Overordnede dokumenter skal gjennomgås på medarbeidernivå, slik at den enkelte medarbeider er informert om hvilke forventninger som stilles, og hvordan medarbeideren konkret kan bidra til å nå foretakets mål og oppgaver.

6.1.2 Fellesmaler

Kommunikasjonsrådgiverne er ansvarlig for oppdatering av maler i henhold til foretakets profilprogram. Maler i Word og PowerPoint, skal brukes av alle medarbeidere. Brevmaler skal i hovedsak hentes fra Public360, men like maler finnes også på foretakets fellesområde (O:\Felles\Maler).

6.1.3 Bilder

Kommunikasjonsteamet er ansvarlig for oppdatering av bilder av medarbeidere og ledere, og bilder til bruk i presentasjoner og lignende. Bilder er tilgjengelig på intranett og foretakets fellesområde (O:\Felles\Digital profil og bilder). Medarbeidere skal samtykke før bilder benyttes. Hvis andre bilder benyttes, er den enkelte ansvarlig [for å følge åndsverkloven](#). Kjøp av bilder organiseres av kommunikasjon.

6.1.4 Digital profil

[Det digitale profilprogrammet for foretaket](#) skal veilede til rett bruk av logo, bilder, tekstfonter og andre elementer. Programmet skal følges ved oppsett av tekstdokumenter og presentasjoner.

7. Eksternkommunikasjon

7.1 Medieansvar

Kommunikasjonsrådgiverne har et spesielt medieansvar i foretaket. Dette består i

- medieovervåkning
- å utarbeide medieanalyser etter behov
 - analyser av medierapporter kan ha avgjørende verdi for å sette fokus på ønsket utvikling av området, eller belyse utviklingspotensial innen pasientreiseområdet
- å utarbeide månedlige, halvårslige, årlig medierapporter etter behov
- å følge opp innlegg og artikler i henhold til mediestrategi og medierutiner (finnes i TQM)
- å følge opp mediehenvendelser
 - involvere administrerende direktør, som svarer ut, eller utpeker den som skal svare
 - orientere ledergruppen i foretaket om aktuelle henvendelser
 - vurdere behov for tilsvar i samarbeid med administrerende direktør
 - vurdere behov for involvering av helseforetakenes pasientreisekontor

7.2 Brukermedvirkning

Systematisering av brukermedvirkning og brukernes tilbakemelding er viktig for at tjenesteforvaltning og -utvikling skjer i henhold til brukerbehov. Kommunikasjonsrådgiverne skal ivareta brukermedvirkning og brukernes påvirkning i foretakets arbeid. Kommunikasjonsrådgiverne deltar i foretakets brukerutvalg, bistår i arbeid med serviceklager, og skal systematisere brukerhenvendelser. Videre deltar kommunikasjonsteamet ved gjennomføring av brukerundersøkelser innen reiser med og uten rekvisisjon.

7.3 Offisielle og styrende dokumenter

For å sikre at Pasientreiser HF ivaretar kommunikasjonsprinsippene om å nå innbyggerne og være en åpen forvaltning skal offisielle og styrende dokumenter gjøres tilgjengelig for interessentene. Dette gjøres gjennom aktiv bruk av foretakets primære informasjonskanal, pasientreiser.no. Eksempler på styrende dokumenter er: foretakets vedtekter, årlig oppdragsdokument, likestillingsredegjørelse, offentlig journal, og styresaker. Pasientreiser.no brukes også når foretaket har behov for å nå ut til innbyggerne med ekstraordinær informasjon.

7.4 Eksterne informasjonskanaler

Foretakets eksterne primærinteressenter er brukerne av pasientreiseordningen og behandlere.

Helsenorge er Pasientreiser HF's primære informasjonskanal til pasienter og pårørende. Helsepersonell, transportører og andre fagpersoner finner relevant informasjon om pasientreiser på pasientreiser.no. Andre kilder til viktig informasjon om pasientreiseområdet er:

- Brukerstøttetelefon 05515
- Skriftlig informasjonsmaterieil:
 - Søknadsskjema på papir
 - Veiledning til søknadsskjema
 - Vedtaksbrev
 - Brosjyrer
 - Plakater

Foretaket har en strategi for bruk av sosiale medier, og kommunikasjonsrådgiverne er ansvarlig for å utvikle og vedlikeholde kanalene som benyttes i sosiale medier. [Sosiale medier brukes i henhold til oppsatte retningslinjer](#) og til enhver tid gjeldene aktivitetsplaner.

8. Kommunikasjonsdeltakelse i prosjekter og tiltak

Informasjon og kommunikasjon er et viktig verktøy for å lykkes med videreutvikling og effektiv gjennomføring av tiltak. Kommunikasjonsplaner og strategisk kommunikasjon brukes for å oppnå og formidle formål, effekter og gevinster som oppnås ved prosjekter og tiltak. Pasientreiser HF utvikler egne kommunikasjonsplaner for alle større aktiviteter. Planen skal minimum inkludere

- interessentanalyse
- vurdering av mediarbeid
- aktivitetsplan knyttet til målgrupper

For større prosjekter inndelt i flere utviklingsfaser, er det som regel behov for å utvikle egne aktivitetsplaner som er knyttet til kommunikasjon per fase.

9. Interessentanalyse

Kommunikasjonsrådgiverne er ansvarlig for å utvikle og vedlikeholde maler for interessentkart og -analyse.

- Interessentanalysen skal redegjøre for hvilke målgrupper foretaket, eller gjeldende aktivitet, har en relasjon til.
- Interessentanalysen skal vise hvilke roller de ulike målgruppene har for det aktuelle foretaket eller aktiviteten.
- Interessentanalysen skal være utgangspunkt for å planlegge aktiviteter, kanaler, hensikt og frekvens for den aktuelle målgruppen.

10. Omdømmearbeid

Foretakets omdømme påvirkes av den oppfatningen innbyggere og medarbeidere har av foretaket. Samtidig kompliseres bilde av at pasientreiseområdet er delt i to. Reiser med rekvisisjon er organisert i 17 helseforetak, men reiser uten rekvisisjon er organisert i én juridisk enhet, Pasientreiser HF. Omverden oppfatter likevel pasientreiseordningen som én ordning, og media omtaler ofte begge områdene under ett.

Omdømmebygging er viktig for Pasientreiser HF fordi:

- innbyggerne skal ha tillit til at foretaket ivaretar deres rettigheter, et godt omdømme øker tilliten blant befolkningen.
- et godt omdømme er av betydning for å kunne rekruttere gode kandidater til nøkkelstillinger i foretaket.
- medarbeidere som oppfatter at foretaket har et godt omdømme, vil kjenne større eierskap og interesse for å trives på jobb og være kvalitetsbevisste overfor egne oppgaver.

I samarbeid med ledergruppen, bør kommunikasjonsteamet utarbeide årlige omdømmeanalyser som følges opp med egen plan for omdømmearbeid. Omdømmeanalysen skal redegjøre for hvordan omgivelsene oppfatter foretaket, og bør inneholde en redegjørelse av foretakets identitet:

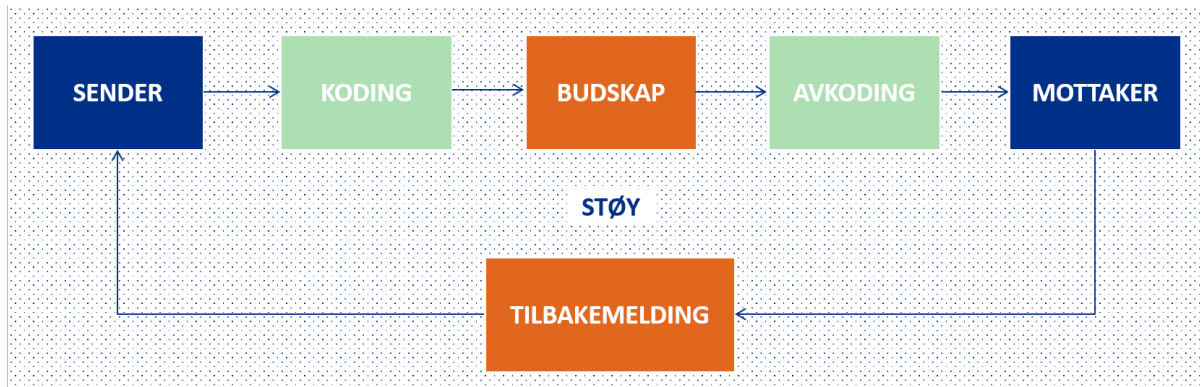
- Hvordan medarbeiderne identifiserer virksomheten.
- Hvordan foretakets identitet presenteres eksternt.
- Hvordan foretaket oppfattes eksternt.

Foretakets arbeid med brukermedvirkning, brukerundersøkelser - inkludert medarbeiderundersøkelser - og medieovervåkning er viktige bidrag i omdømmeanalysen.

Målet med omdømmeanalysen er å skape et realistisk bilde av foretakets etterlatte inntrykk hos primærmålgruppene, og å legge en plan for eventuelle nødvendige oppfølgingspunkter. En slik analyse vil være et nyttig verktøy for å oppnå tillit i befolkningen.

11. Budskapsstrategi

Budskapsstrategien følger kommunikasjonsmodellen for avsender og mottaker.



Følgende kommunikasjonsprinsipper gjelder når budskap utarbeides i Pasientreiser HF:

- Budskapet skal tilpasses, for å nå fram til mottakeren.
- Avsender må være oppmerksom på at budskap kan oppfattes ulikt ut fra mottakerens referanser og kompetanse.
- Tekstinnhold utarbeides med grunnlag i [klarspråk og brukermedvirkning \(Digdir\)](#).
- Budskapet skal være aktivt og komme i tide, med rett informasjon.
- Kommunikasjonen i foretaket skal oppleves åpent, enhetlig og samordnet.

Kommunikasjonsansvaret følger saksansvaret. Det vil si at både medarbeidere og ledere har et ansvar for å følge kommunikasjonsprinsippene i [Statens kommunikasjonspolitikk](#). Når alle tar ansvar for å følge kommunikasjonsprinsippene, bidrar måten vi kommuniserer på til å nå foretakets strategiske mål.

12. Samfunns- og myndighetskontakt

Foretaket skal jobbe strategisk for at samfunnet oppfatter Pasientreiser HF som en aktiv og positiv samfunnsaktør som ivaretar samfunnsoppdraget sitt på en god måte. Kontakt med samfunnspåvirkere og myndigheter bidrar til at beslutningstakere har et riktig og opplyst bilde av Pasientreiser HF, noe som kan føre til økt tillit til foretaket.

Kommunikasjonsstrategien skal være et redskap som bidrar til at myndighetene oppfatter foretaket som en pålitelig utviklingsaktør med god måloppnåelse innen sine ansvarsområder.

Dette krever systematisk arbeid rettet mot beslutningstagere, særlig myndighetene. Ved at foretaket har støtte fra aktuelle beslutningstagere både innen næringsliv og offentlig sektor er viktig i dette bildet, og kan bidra til økt måloppnåelse for foretaket som utviklingsaktør.

13. Kommunikasjonsutfordringer

13.1 Kanaler

Flere informasjonskanaler øker risikoen for at informasjon ikke når frem til målgruppene. Hvis det blir uklart for den enkelte hvilken kilde informasjonen tilhører, eller det blir for mange ulike kanaler for deling av informasjon, kan det skape usikkerhet om hvor informasjonen finnes.

For å minimere risikoen for at målgruppene ikke finner informasjon, er det spesielt viktig å ha dedikerte roller som ivaretar informasjonsansvaret i de ulike kanalene.

13.2 Organisering av pasientreiseområdet

For eksterne målgrupper utgjør organiseringen et komplisert bilde, og det kan oppleves utfordrende å skille mellom de to tjenesteområdene, reiser med rekvisisjon og reiser uten rekvisisjon.

Helseforetakenes pasientreisekontorene har intranettløsninger gjennom sine helseforetak, og pasientreisens intranett er et ekstranett for disse medarbeiderne. De 17 pasientreisekontorene har ikke felles nasjonale retningslinjer og rutiner, noe som kompliserer informasjonsrollen nasjonalt.

Dette kan føre til at Pasientreiser HF mister kontrollen med å holde nasjonal informasjon oppdatert og riktig. Det kan derfor være en risiko for at informasjon ikke blir delt eller mottatt av en målgruppe, fordi avsenderen ikke vet hvilken kanal som er riktig for informasjonen, eller at informasjon om samme tema kan være ulik mellom helseforetakene.

Kommunikasjonsutfordringer knyttet til organisering synliggjøres gjennom følgende:

1. Mediehenndelser rettes ofte til Pasientreiser HF som nasjonal instans. Innholdet i henvendelsen kan gjelde begge områdene, men kommunikasjonsrådgiverne ved Pasientreiser HF er ansvarlig for å svare ut det som gjelder reiser uten rekvisisjon, og må henvise til helseforetakenes pasientreisekontor, eller gjeldene foretak sin pressekontakt, i henvendelser vedrørende reiser med rekvisisjon.
2. Mange er aktive brukere av begge ordningene, men må forholde seg til ulike rutiner og aktører for hjelp, informasjon og veiledning, avhengig av om pasientreisene gjennomføres med eller uten rekvisisjon.
3. Myndigheter/politisk miljø kan blande de to områdene og forvente enhetlig drift på nasjonalt nivå.

13.3 Hvordan imøtekomme foretakets kommunikasjonsutfordringer

Foretakets kommunikasjonsrådgivere skal bidra til å imøtekomme og redusere utfordringer knyttet til pasientreiseområdet. Gjennom strategisk informasjon kan foretaket nå ut for å korrigere feilinformasjon, og korrigere misforståelser knyttet til ordningen.

Kommunikasjonsrådgiverne har en aktiv rolle ved å overvåke mediebildet, og utarbeider svar i mediene, når det oppstår feil og misforståelser. For å bidra til økt kunnskap og informasjon til alle målgrupper, er det kontinuerlig fokus på å informere gjennom media, på nettsider, og i papirkilder. I dette arbeidet samarbeider kommunikasjon med helseforetakenes pasientreisekontor, tjenesteeiere på helsenorge.no og parter i felles nettløsning for spesialisthelsetjenesten.

Kommunikasjonsrådgiverne jobber for å ha et godt samarbeid med helseforetakenes pasientreisekontor. Helseforetakene involveres og gis mulighet til å melde fra om behov for kommunikasjonsbistand, komme med innspill til nasjonal informasjon på pasientreiser.no, helsenorge.no, og Pasientreisers intranett.

14. Gjennomgang og revidering

Kommunikasjon skal gjennomgå kommunikasjonsstrategien jevnlig, og kommunikasjonsstrategien skal gjennomgås årlig i møte med foretakets ledergruppe.

For å sikre at statens kommunikasjonsprinsipper følges og at foretakets strategi fungerer etter hensikten, må foretakets ledergruppe og medarbeidere være kjent med innholdet. Strategien kan forenkles og gjøres tilgjengelig i presentasjonsform og bør jevnlig gjennomgås i foretakets avdelinger.

- Kommunikasjon er et dynamisk fag som krever repetisjon og hyppige oppdateringer.
- Kanalutviklingen er kontinuerlig, og det er behov for å vurdere kanalvalgene jevnlig.

Kommunikasjonsrådgiverne er ansvarlige for å gjøre prinsippene i dokumentet kjent og repetere disse ved behov.

14.1 Kanalvalg

Kommunikasjonsteamet bør være en aktiv part i drøftinger dersom foretaket vurderer å anskaffe nye informasjonskanaler. Kommunikasjonsteamet videreutvikler dagens kanaler, som teamet er ansvarlig for, og innhold i disse kanalene, med bakgrunn i resultater fra brukerundersøkelser, statistikk og etter innspill fra medarbeidere og ledere.

14.2 Sosiale medier

Pasientreiser HF er til stede på Facebook, Twitter og LinkedIn. Behovet for tilstedeværelse i ulike sosiale medier kan endres, og kommunikasjonsteamet vurderer fortløpende behov og risiko for deltakelse i andre medier. Vurderingene gjøres ut fra risikovurdering av ivaretagelse av brukernes personvern, foretakets vurdering av ressurskapasitet, kost/nytte-verdi.

Vedlegg

Strategi for bruk av sosiale medier i Pasientreiser HF