Kommunikationsplan för Svenska kyrkan i Skärstad-Ölmstad församling.

Vi kan inte tiga med vad vi sett och hört! (Apg 4:20)

**Strategier**

Det personliga mötet är utgångspunkten för kommunikationsarbetet. Våra olika kommunikationskanaler syftar till att nå ut till fler på ett kostnadseffektivt sätt.

”Församlingen behöver finnas med i olika geografiska delar för att vara relevant. Församlingen behöver vara mer mobil där vi tar oss till de arenor där människor vistas och delta i arrangemang/projekt som utvecklar bygderna. Samarbeta brett och ekumeniskt.” (Citat från församlingsinstruktionen 2020) Kommunicera genom samverkan och att finnas på plats på de flera olika platserna är två nyckelord för att vara relevanta framöver.

Kommunikationsspråket behöver vara enkelt och tydligt så att det inte utesluter människor.

Kyrkoherden leder kommunikationsverksamheten i församlingen och utser en kontaktperson för kommunikationsverksamheten. Kommunikationsplanen revideras vid byte av FIN.

**Kommunikationskanaler**

Annonser

Annonsering i dagstidningen, JP, är ett av många sätt att nå ut med information. Församlingen har en annons som publiceras varje fredag.

Affischer, veckoblad och Tv-skärm

Till de allmänna anslagstavlorna (3 i Skärstad och 5 i Ölmstad/Bunn) finns församlingens veckoblad uppsatta. Vaktmästarna ansvarar för att ta bort de gamla och se till att nya sätts upp. Eventansvarig gör egna affischer eller ber om hjälp från kommunikatören. Affischering med veckoblad och övriga annonser görs också på TV-skärmen i Landsjökyrkan.

Broschyrer

Egenproducerade foldrar finns för dopinbjudan och vigsel. Vid begravning saknas idag ett lokalt utformat infoblad. Broschyrer för kyrkorna finns på intranätet (Gemensamma/foldrar) och kommer att finnas tillgängliga digitalt och läggas upp på församlingens hemsida. När de fysiska broschyrerna tar slut i kyrkorna meddelar vaktmästarna det så att nya kan kopieras och fylla på. Gudstjänstagendor görs också lokalt.

Bilder

Publicering av bilder digitalt eller i skrift görs efter att man frågat om muntligt tillstånd. Vid publicering av barn måste det vara ett skriftligt tillstånd först. Ett formulär delas ut i början av terminen. All personal hjälps åt med fotografering och publicerar via ex. sociala media men kan också skickas till kommunikatören för publicering.

Epost/SMS

Bra kanaler för personlig kommunikation för mindre grupper

Grafisk profil

Svenska kyrkan i Skärstad-Ölmstad är rekommenderade att följa Svenska kyrkans grafiska profil. Logotypen skall finnas med i våra olika informationsmaterial, tryckt som digitalt.

Hemsidan

Församlingens hemsida är där det finns mest utrymme att lägga ut församlingsinformation och det är där människor först letar, via sina datorer eller mobiler. Startsidan uppdateras varje vecka. Verksamhetsansvariga hjälper till att uppmärksamma om ändringar genomförts.

Kyrkobladet

Kyrkobladet ges ut med 4 nummer per år. Den är på 16 sidor och i storlek A5. Undantag kan göras vid särskilda nummer. Den räknas som samhällsinformation, eftersom information om begravningsverksamheten ingår, och når därmed ut till alla hushåll i vårt område. För att få fler att läsa den är det viktigt att den innehåller lokalt artiklar om lokala människor/företeelser och inte bara ett verksamhetsblad. En redaktionsgrupp för kyrkbladet arbetar med det syftet.

Kyrkguiden

En app för hela Svenska kyrkan där man kan se de lokala församlingarnas kalendrar för ex. verksamhet och gudstjänster.

Mötesplatser

Se inledande strategier. Olika arrangemang/mötesplatser som pågår är en språngbräda för kommunikation. Ex. Valborgsfirande, Iron Man och julmarknader. Här kan information om Svenska kyrkans internationella arbete spridas och pengar samlas in.

Presskontakter

Det är kyrkoherden som tar emot samtal utifrån media/tidningar etc. Ibland vill man också få reklam för ett arrangemang och då kan medarbetare kontakta ex. tidningar.

Profilprodukter

Arbetskläder, paraplyer, tändsticksaskar etc. hjälper till att göra kyrkan synlig.

Sociala medier

De sociala medierna är en viktig del för att nå ut med kommunikation. Församlingen har två församlingskonton för Facebook och Instagram som går under namnet ”Solkyrkan”. Det står för **S**kärstad, **Ö**lmstad-Bunn och **L**andsjökyrkan. Solen är också en symbol för det eviga hoppet och uppståndelsen. Sociala medier har den fördelen att de billiga och träffsäkra. De 150-200 personerna är engagerade och intresserade av vad församlingen gör, möjliggör också direktkontakt. Nackdelen är att inte alla har sociala medier. Under coronatider har det blivit mer videoinspelningar där Youtube blivit ett arbetsredskap. Generellt behöver ny teknik, ex. sociala medier uppdateras då många, framförallt yngre, befinner sig där. Facebook är så etablerat så det är snarare en äldre målgrupp idag medan Instagram är mer för unga vuxna/ungdomar. Församlingen använder Facebook som en digital anslagstavla och Instagram mer som en bilderbok med vad som hänt i församlingen. Kommunikatören håller i huvudtrådarna och medarbetare fyller på som användare med verksamhet.

Öppettider

Församlingen har generösa öppettider på expeditionen och känner till vikten av att kyrkorna är öppna fysiskt så mycket som möjligt, särskilt under sommaren. Medarbetare svarar med Svenska kyrkan, Skärstad-Ölmstad och namn. Frånvaro vid ex. semester meddelar man i epost och på smarta telefoner.

**Före projekt påbörjas**

Det är bra att tänka en kommunikationsplan före ett projekt startas.

*Vad är syftet och målet med aktiviteten? Huvudbudskap, tidsplan och budget.*

*Vem har ansvar för vad?*

*Hur skall vi nå ut och träffa rätt målgrupp? Hur skall vi formulera budskapet?*

Genomföra aktiviteten. Efter arrangemanget behöver en utvärdering genomföras.

*Fungerade kommunikation? Vad var bra och mindre bra?*