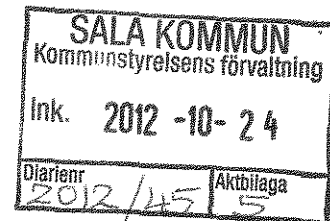


KOMMUNSTYRELSEN
Per-Olov Rapp (S)



Svar på motion om IT-kommunikation samt marknadsföring riktad mot unga i Sala

Mathias Goldkuhl (M) har den 23 februari 2012 inkommit med rubricerade motion. Motionären föreslår att Salaweb inför en "ung i Sala" flik, där relevant information för unga mellan 15-25 år finns, samt marknadsföra staden riktad mot unga i sociala medier.

Motionen har remitterats till Information Sala.

I sitt svar ger Information Sala information om bakgrunden till nuvarande navigation på kommunens hemsida utifrån ämnes- och verksamhetsområden kompletterad med sökfunktioner. Huvudsidan saknar idag namngivna målgruppsingångar, istället använder sidan ett antal, fasta och temporära, riktade budskap till olika målgrupper, till exempel lediga tomter, bostadsprojekt, sommarläger, mentorskap för gymnasieelever med mera.

Information Sala anger två komplikationer när en hemsida ska målanpassas. Det ena berör frågan om angränsning av målgrupper. Det andra berör innehållsanpassning. Innehållsproduktion på kommunens hemsida idag följer och ingår i ansvarig verksamhetschef uppgifter. En annan ordning kräver att det finns verksamhetsansvarig för målgruppen och tillräckliga resurser för att driva redaktionen för en sådan ingång.

Information Sala skriver: " När det gäller den i motionen specifikt föreslagna målgruppen Ung i Sala, 15-25 år har vi även svårt att uppfatta denna som tillräckligt homogen målgrupp".

Sala kommun har som komplement till hemsidan en sida på Facebook, där Sala kommun marknadsförs med ett utbud av information, nyheter och olika aktuella evenemang, riktad till alla användare och där den föreslagna åldergruppen är särskilt aktiv. Ungdomslokalen har en egen hemsida liksom ett antal av Salas skolor. Dessa sidor har sina givna målgrupper och erbjuder goda möjligheter till anpassad relevant information och marknadsföring, dessutom möjlighet till en direkt dialog.

Den nuvarande hemsidan togs fram 2007/2008 och var klar för lansering i april 2008. Nuvarande teknisk plattform för hemsidan är inarbetad och fungerar förhållandevis väl. Dock närmar sig en nödvändig större ändring av webbplatsen, för

Kommunstyrelsen

att möta nya krav och behov avseende service i allmänhet och e-tjänster i synnerhet, integration med andra kanaler och ett utökat stöd för olika former av dialog med kommunens medborgare och brukare.

Detta år planeras endast temporära anpassningar för hantering av de kommande e-tjänsterna på hemsidan och en eventuell större förändring av webbplatsen förbereds inför nästkommande år. Information Sala förordar att föreslagen förändring får ingå som ett förslag i det samlade underlaget till en kommande större förändring av webbplatsen i sin helhet.

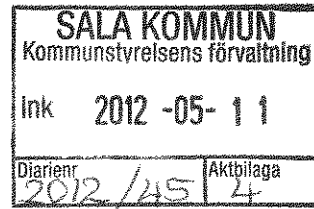
Med hänvisning till ovanstående föreslår jag att ledningsutskottet föreslår att kommunstyrelsen hemställer till kommunfullmäktige att besluta

att uppdra till kommunstyrelsen att beakta föreslagen förändring att ingå som ett förslag i det samlade underlaget till en kommande större förändring av webbplatsen i sin helhet.

att därmed anse motionen besvarad

Per-Olov Rapp (S)

Kommunstyrelsens ordförande



KOMMUNSTYRELSENS FÖRVALTNING
Information Sala

Svar på motion om IT-kommunikation samt marknadsföring riktad mot unga i Sala.

Motion från Mathias Goldkuhl (M) med förslaget att kommunen inför en "Ung i Sala-flik" på kommunens hemsida med relevant information för unga mellan 15-25 år samt att marknadsföra staden riktad mot unga i sociala medier.

BAKGRUND

Den nuvarande navigationen på kommunens hemsida är i huvudsak organiserad utifrån ämnes- och verksamhetsområden kompletterad med sökfunktioner.

Turistbyrån kan emellertid ses som en renodlad målgruppsida som i sin tur innehåller ytterligare målgruppsingångar i den egna navigationsmenyn.

I övrigt saknar huvudsidan idag namngivna målgruppsingångar. Istället använder sidan ett antal, fasta och temporära, riktade budskap till olika målgrupper (exempelvis lediga tomter, bostadsprojekt, sommarläger, mentorskap för gymnasieelever etc.).

I projektet där hemsidan togs fram och navigationen lades fast diskuterades målgruppsingångar noga och en principiell möjlighet för detta finns med i grunddesignen och har använts för turisthemsidan.

YTTRANDE

Vi konstaterar åtminstone två komplikationer när en hemsida ska målgruppsanpassas. Dels själva urvalet av relevanta målgrupper och dels det målgruppsanpassade innehållet i sig.

Målgruppsavgränsning

Kommunens stora grupp av möjliga hemsidesanvändare är väldigt heterogen och innehåller ett stort antal skilda målgrupper (i ett exempel SKL använt i sitt projekt för medborgardialog hade man i en viss kommun definierat sjuttio skilda målgrupper). Trenden bland andra kommuner är också att man överlag övergivit målgruppsnavigering till förmån för bland annat förbättrade sökmotorer.

I de fall andra kommunala hemsidor ändå valt att försöka tillämpa målgruppsingångar är det heller i regel inte en enstaka ingång utan en samling av målgruppsingångar – utöver unga, även för exempelvis nyinflyttade, studerande, turister, seniorer, företagare med flera.

Att bland alla möjliga målgrupper välja ut en enda tror vi kan uppfattas som en aning udda och frågan uppstår gärna varför andra målgrupper inte är representerade. Vid ett bredare införande av målgruppsingångar talar detta för att noga överväga vilka specifika målgrupper som ska väljas ut och varför.

Kommunstyrelsens förvaltning

Innehållsanpassning

I sin enklaste form av målgruppsanpassning låter man ett urval av ordinarie sidor publiceras parallellt i en viss målgruppsingång. Det man åstadkommer då är dock bara en ny kategorisering där innehållet fortfarande är detsamma och någon särskild anpassning mot målgruppen saknas.

Det man kan förvänta sig av en målgruppsingång och som också bör vara en naturlig ambition är istället att den särskilda målgruppen möts av ett innehåll som i sin helhet är målgruppsanpassad, med ett särskilt tilltal, en egen design och så vidare. Den nuvarande turistsidan är exempel på en sådan anpassning och motsvarande sidor för unga går också att finna hos enstaka kommuner (se exempelvis www.karlskrona.se).

När det gäller innehållsproduktionen på kommunens hemsida är principen idag att informationsansvaret för kommunens olika tjänster följer och ingår i respektive verksamhetsansvar. En målgruppsanpassad ingång enligt ovan förutsätter då att det finns en ansvarig verksamhetsenhet för den föreslagna målgruppen som också har tillräckliga resurser att driva redaktionen för en sådan ingång.

När det gäller den i motionen specifikt föreslagna målgruppen Ung i Sala, 15–25 år har vi även svårt att uppfatta denna som en tillräckligt homogen målgrupp. Svårigheter uppstår i att segmentera information som är anpassad till "livssituation, intressen, drömmar och behov" för ett åldersintervall där det ingår alltifrån en 15-åring i nionde klass till en 24-åring som är förälder och har studerat flera år på universitet.

Sociala medier

Sala kommun har som komplement till hemsidan en sida på Facebook (och har tidigare även använt Twitter som nu på grund av lågt besöksantal och litet intresse hålls vilande). Kommunens Facebooksida är därmed den primära kanalen inom sociala medier. På vår Facebooksida marknadsförs kommunen med ett utbud av information, nyheter och olika aktuella evenemang, riktat till alla användare av kanalen och där den föreslagna åldersgruppen är särskilt aktiv.

Utöver kommunens officiella huvudsida på Facebook har även Ungdomslokalen en egen sida på Facebook liksom ett antal av Salas skolor. Dessa sidor har sina givna målgrupper och erbjuder goda möjligheter till anpassad relevant information och marknadsföring, dessutom med möjlighet till en direkt dialog.

Framtida utveckling

Den nuvarande hemsidan togs fram 2007/2008 och var klar för lansering i april 2008. Den nuvarande tekniska plattformen för hemsidan är inarbetad och fungerar förhållandevis väl. Men vi anser att vi snabbt närmar oss en nödvändig större omgörning av webbplatsen för att möta nya krav och behov med avseende på service i allmänhet och e-tjänster i synnerhet, integration med andra kanaler och ett utökat stöd för olika former av dialog med kommunens medborgare och brukare.

Kommunstyrelsens förvaltning

Innevarande år har vi planerat att endast göra temporära anpassningar för hanteringen av de kommande e-tjänsterna på hemsidan och förbereda för en eventuell större förändring av webbplatsen nästkommande år.

VÅR REKOMMENDATION

Men anledning av föreliggande resonemang förordar vi att den föreslagna förändringen får ingå som ett förslag i det samlade underlaget till en kommande större förändring av webbplatsen i sin helhet.

Information Sala

Christofer Berg

Pelle Johansson

SALA KOMMUN	
Kommunstyrelsens förvaltning	
Ink. 2012 -02- 23	
Diarium	Aktbilaga
2012/45	1

Motion

IT-kommunikation samt marknadsföring riktad mot unga i Sala

I Sala finns det många unga med olika drömmar, intressen och behov. Det kan handla om sport, företags information, ungdomsmottagning, sång och musik eller kommande aktiviteter i Staden. Motionären anser att kommunen bör nå ut med det vi idag har genom att synas för fler unga. Detta genom att samla relevant information som rör sig inom ramen för människor som är mellan 15-25 år som ofta tenderar att leta sig utåt i samhället. Det är också viktigt att Sala kommun marknadsför sig genom att förmedla detta i sociala medier där ungdomar oftast befinner sig. Det är av hög prioritet att vara extra tydligt med det unika kommunen både offentligt och privat kan erbjuda just i Sala, detta med anledning av att unga ska känna en framtid i staden där drömmar och intressen främjas till utveckling.

Till ovanstående yrkar Mathias Goldkuhl

Att: Salaweb inför en "ung i Sala" flik där relevant information för unga mellan 15-25 år finns.

Att: Marknadsföra staden riktad mot unga i sociala medier.

