

 **HELGELANDSSYKEHUSET**  
HELGELAANTEN SKIEMTJE-GÆTIE



## Kommunikasjonsstrategi for «Nye Helgelandssykehuset»

Juli 2020

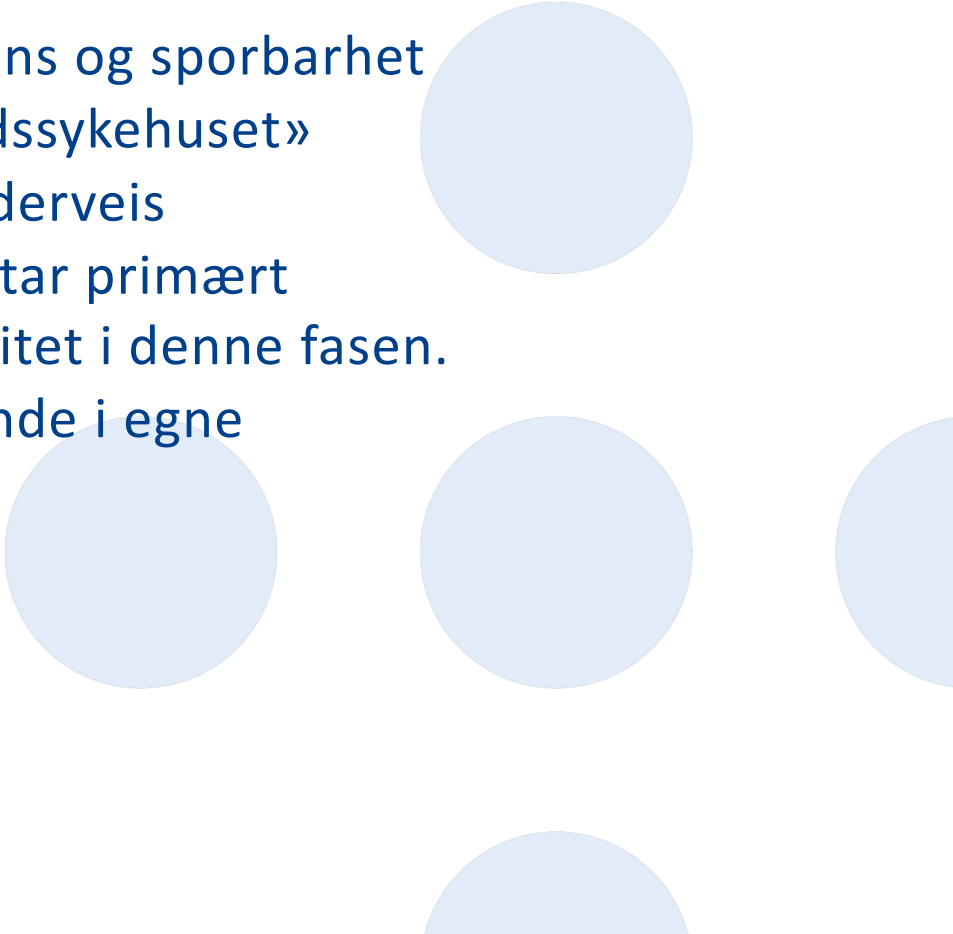
Kvalitet

Respekt

Trygghet


# Bakgrunn

---

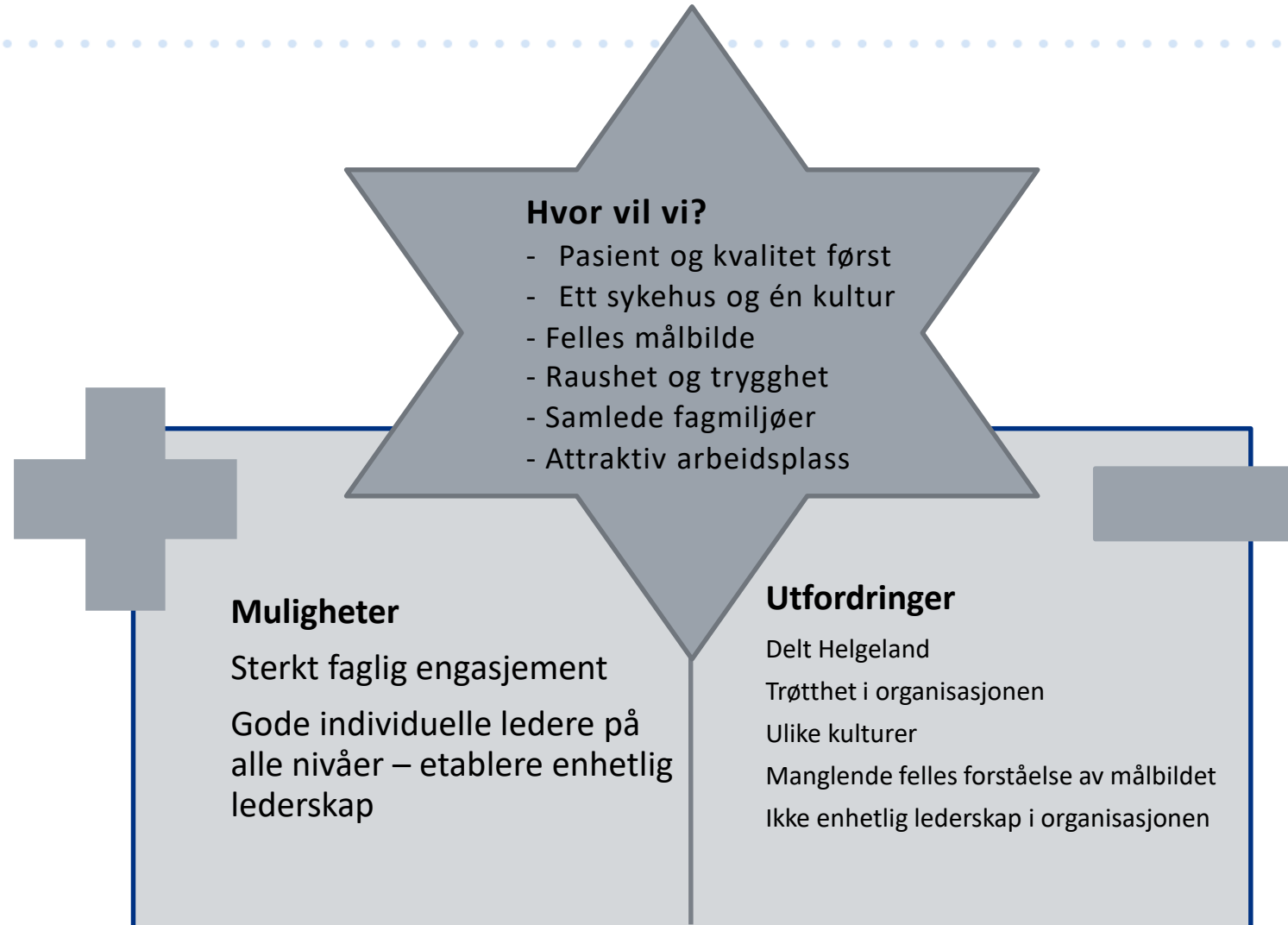
- Dette er en revidert utgave av kommunikasjonsstrategien for Helgelandssykehuset 2025
  - Strategien bygger på prinsippene åpenhet, transparens og sporbarhet
  - Strategien skal støtte prosessen med «Nye Helgelandssykehuset»
  - Strategien gjelder fra august 2020 og oppdateres underveis
  - Dokumentet er førende for all kommunikasjon, men tar primært utgangspunkt i interne forhold, som har høyest prioritet i denne fasen.
  - Operative planer (tiltaksplaner) oppdateres fortløpende i egne dokumenter
- 

# Generelle kommunikasjonsprinsipper

---

1. Kommunikasjonen skal gjenspeile Helgelandssykehusets verdier: kvalitet, trygghet og respekt
  2. Vi skal kommunisere i et språk som er tilgjengelig for alle – gjøre det komplekse forståelig
  3. Vi skal oppleves som enhetlig og samordnet
  4. Vi skal være inkluderende og oppmuntre til deltakelse og medvirkning
  5. Vi skal sørge for at relevant informasjon når fram til alle relevante målgrupper
  6. Vi skal være åpne og praktisere offentlighet og meroffentlighet. Lukket bare når formelle krav tilsier det (eks. anskaffelser)
  7. Vi skal være troverdige – være åpne om mål og hensikt
- 

# Muligheter og utfordringer



# Hovedmål

---

Kommunikasjonen skal bidra til:

- Én kultur der alle medarbeidere har en opplevelse av å jobbe i ett sykehus
- Et tydelig og omforent målbilde av det fremtidige helsetilbudet på Helgeland
- At konseptfasen gjennomføres etter en forankret plan
  - og ikke gi grunnlag for omkamper

# Slik lykkes vi

---

For å lykkes med «Nye Helgelandssykehuset» og konseptfasen må det skapes **én kultur** der alle medarbeidere har en opplevelse av å jobbe i **ett sykehus**. Det må etableres **et felles mål** som alle jobber sammen mot. Det trengs **en tydelig og omforent ledelse** og et ansvarlig tillitsmannsapparat som skaper trygge rammer, involverer og motiverer. **Ett sterkt fagmiljø** er en sentral drivkraft for den nødvendige omstillingen vi står overfor i målet om å bli *Norges beste lokalsykehus*.

For å lykkes kreves det gode prosesser, brukermedvirkning og planer – og systematisk arbeid over tid.

# Visjon: Norges beste lokalsykehus

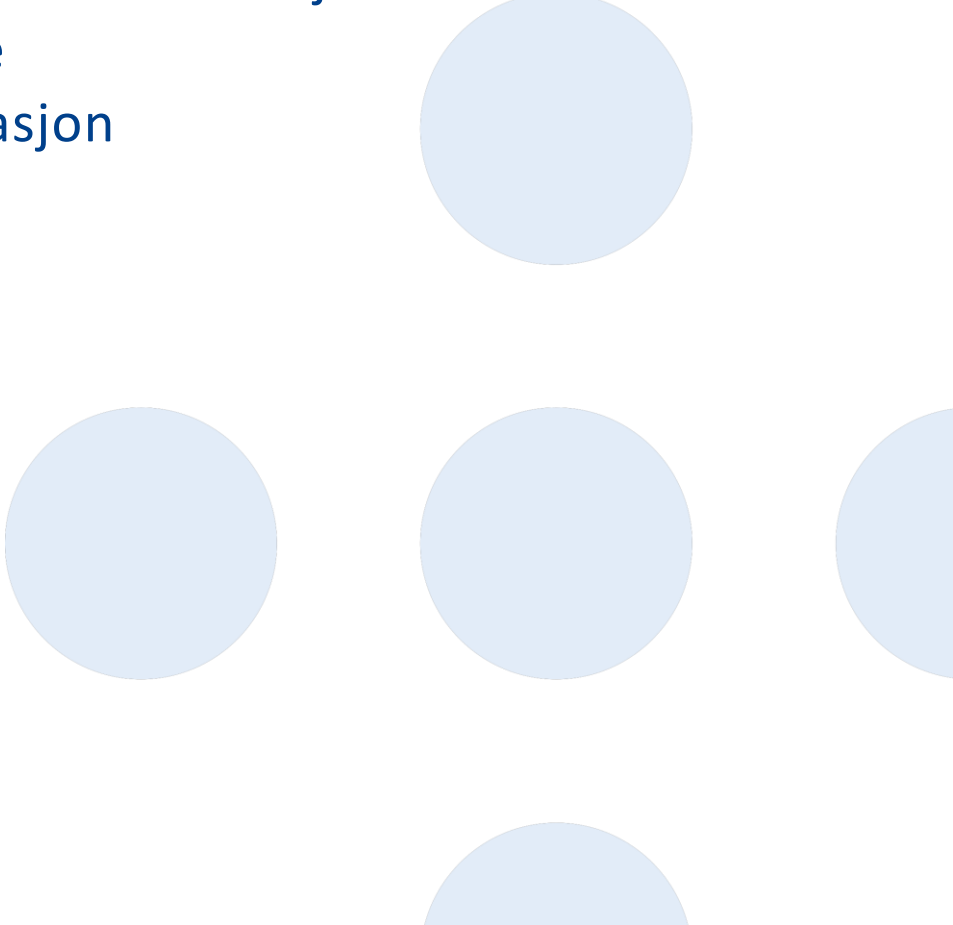
---

Nye Helgelandssykehuset er best i landet på å utvikle og tilby spesialisthelsetjenester i distriktene. Dette skjer i tett samhandling med øvrig helsetjeneste. Brukermedvirkning er særlig vektlagt. Pasientens behov kommer alltid først og de blir møtt med kvalitet, trygghet og respekt. Det bygges kompetanse og skapes nye allianser som stimulerer til forskning, innovasjon og samskaping. Sykehuset ligger i front med å ta i bruk ny teknologi og er med sine desentraliserte tjenester et foregangseksempel for andre som ønsker å utvikle helsetjenestene i distriktene. Befolkningen på Helgeland opplever et godt og trygt møte med Helgelandssykehuset.

Nye Helgelandssykehuset fremstår som ett sykehus med en sterk og raus kultur, der medarbeiderne behandler hverandre med respekt. Det er sterke fagmiljøer som samarbeider og trekker i samme retning for å være Norges beste lokalsykehus.

# Kommunikasjonsgrep

---

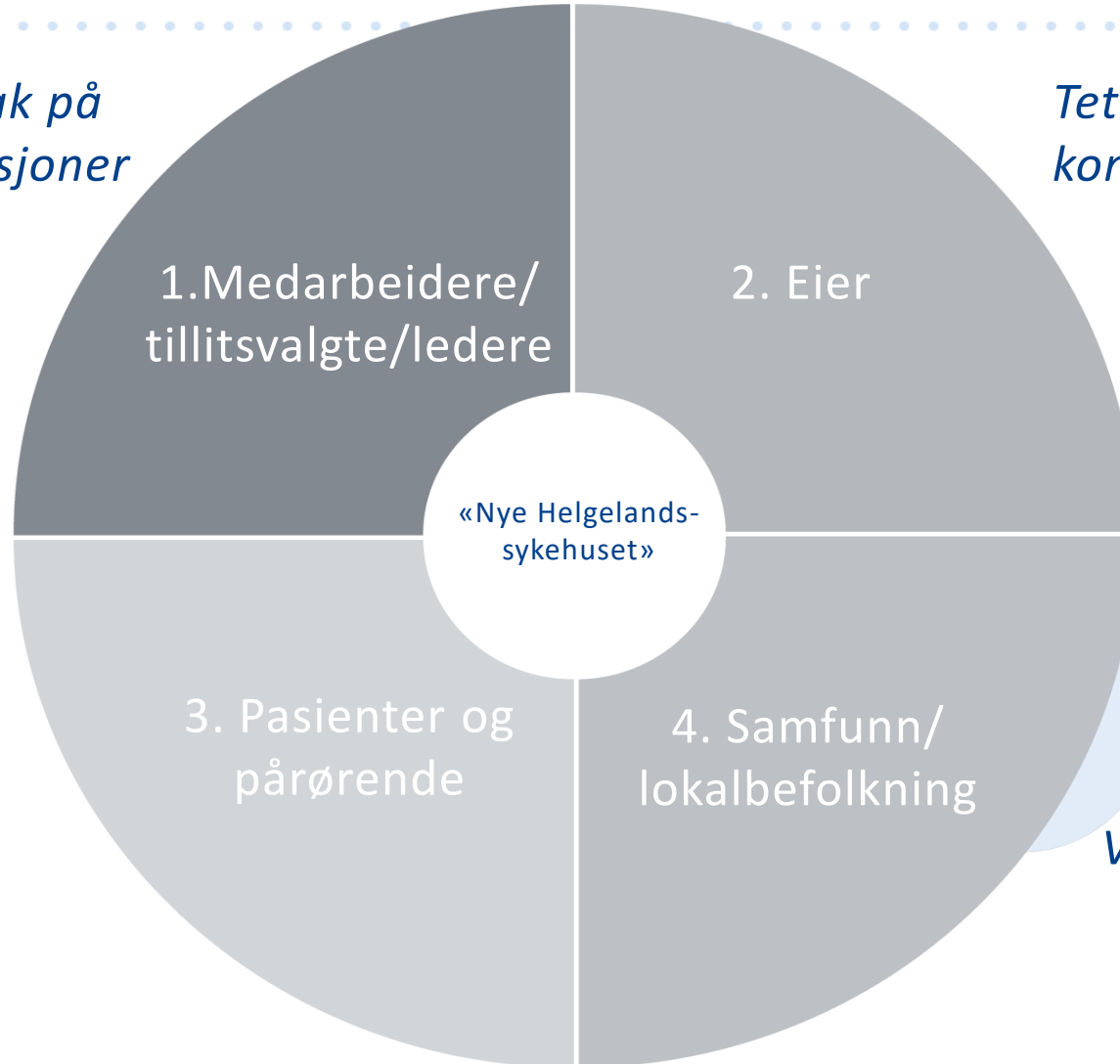
- 1. Internkommunikasjon prioriteres høyere enn eksternkommunikasjon**
  2. Ledere skal få nødvendig støtte for å kunne ivareta kommunikasjonsansvaret
  3. Tydelig og tilgjengelig informasjon til medarbeidere
  4. Vi skal være proaktive og offensive i vår kommunikasjon
  5. Vi skal ikke ta interne diskusjoner i media
  6. Vi skal kommunisere med «hodet og hjertet»
- 



# Prioriterte målgrupper

*Tilpasse budskap og tiltak på tvers av enheter og lokasjoner*

*Tett kontakt på leder- og kommunikasjonsnivå*



*Skape trygghet rundt helsetjenestene*

*Vise prosess og være åpen*

# Interne kanaler

Målgruppe	Kanaler
Medarbeidere	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Nærmeste leder</li><li>2. Nett/intranett</li><li>3. Løypemeldinger</li><li>4. Allmøter</li><li>5. Facebook/Instagram</li><li>6. Markeringer av milepæler</li></ol>
Tillitsvalgte	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Etablerte møtepunkter, <u>FTV/HTV</u></li><li>2. Nett/intranett</li><li>3. Løypemeldinger</li></ol>
Ledere med personalansvar	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Faste møtepunkter</li><li>2. E-post (info før andre)</li><li>3. Samlinger/programmer</li><li>4. Nett/intranett</li><li>5. Løypemeldinger</li></ol>
Brukere	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Fast møteplan</li><li>2. Løypemeldinger</li></ol>

# Hovedtiltak

---

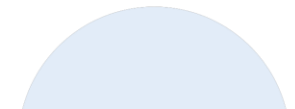
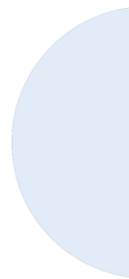
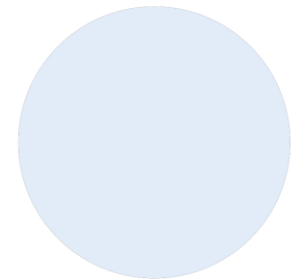
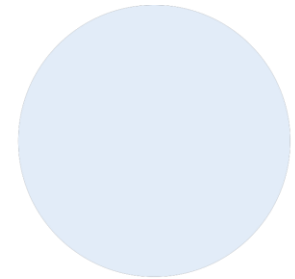
## «Norges beste lokalsykehus»

**Nye Helgelandssykehuset** - definere målbildet

**Ett sykehus, én kultur** - starte et kulturprogram

**Ett sterkt fagmiljø** - revidere faglig strategisk utviklingsplan

**Enhetlig ledelse** – lederprogram og organisasjonsendring



# Visjon og verdier

---

## Visjon:

*«Norges beste lokalsykehus»*

## Verdier

- Kvalitet
  - Trygghet
  - Respekt
  - *Lagspill (forslag til ny verdi i tråd med Helse Nord)*
- 

# Eksterne talspersoner for «Nye Helgelandssykehuset»

---

- **Styreleder:** Uttaler seg overordnet om styrets oppfølging av konseptfasen
- **Adm. dir.:** Uttaler seg overordnet om konseptfasen, sentrale beslutninger og målbildet
- **Prosjektdirektør (inkl. prosjektsjef Sykehusbygg):** Uttaler seg løpende om status i prosjektet
- **Komm. avd.:** Svarer ut innkommende henvendelser og jobber proaktivt