

2018

Energi Viborg A/S

*Af: Kunde- &
kommunikationschef Inge
B. Borggaard*

V.2020

[ENERGI VIBORG - KOMMUNIKATIONSPOLITIK]

Energi Viborg A/S' kommunikationspolitik har det formål at øge organisationens interessenter og målgrupper herunder især kundernes kendskab til organisationen. Desuden skal den synliggøre organisationens positive værdier og handlinger i omverdenen samt bidrage til internt at skabe klarhed, samling og opbakning om organisationens mangeartede kommunikationsopgaver. Opgaver, der strækker sig fra mødet med kunderne ved anlægsopgaver i by- eller landskabet over den direkte kontakt med kunderne telefonisk eller skriftligt ved udfordringer, problematikker eller blot afklarings spørgsmål til den fremstilling af Energi Viborg A/S, som kunder og andre borgere møder gennem pressen.

Kommunikationspolitik for Energi Viborg A/S

1.0 Indledning:

Energi Viborgs kommunikationspolitik har det formål at øge organisationens interessenter og målgrupper herunder især kundernes kendskab til organisationen.

Desuden skal den synliggøre organisationens positive værdier og handlinger i omverdenen samt bidrage til internt at skabe klarhed, samling og opbakning om organisationens mangeartede kommunikationsopgaver.

Det være sig opgaver, der strækker sig fra mødet med kunderne ved anlægsopgaver i by- eller landskabet (forsyningsområdet) over den direkte kontakt med kunderne telefonisk eller skriftligt ved udfordringer, problematikker eller blot afklarings spørgsmål til den fremstilling af Energi Viborg A/S, som kunder og andre borgere møder gennem pressen.

Kommunikationspolitikken udlever og understøtter Energi Viborg A/S' mission & vision samt tager hensyn til den aktuelle forretningsorden:

Vision:

Visionen for Energi Viborg er, at koncernen gennem en professionel og målrettet indsats sikrer og udbygger sin position som et stærkt og kompetent multiforsynings selskab til gavn for vores kunder

Mission:

Energi Viborg mission er at sikre en stabil og effektiv forsyning til lavest mulig pris til vores kunder i Viborg kommune inden for forsyningsområderne el, vand, kraftvarme og spildevandshåndtering.

Dette skal ske ved at udnytte de fordele, som opnås ved at være et professionelt drevet multiforsynings selskab.

2.0 Målsætning

Målet for Energi Viborg A/S kommunikationspolitik er at udbrede kendskabet til koncernens overordnede mål, der tager udgangspunkt i vores ejere: Viborg kommune og dermed kunderne, der på bedst og billigst vis – dog med fokus på høj kvalitet - skal have:

- Sundt drikkevand
- Sikker og stabil elforsyning og strømleverance
- Miljømæssig korrekt håndtering af spildevand
- Fremtidssikret og effektiv varme til fjernvarmeforbrugerne

En åben og aktiv kommunikationspolitik skal desuden bidrage til at sikre og gøre vores kunder bevidste om, at Energi Viborg er en lokal forankret og kompetent multiforsyningsvirksomhed.

Hvordan?

Gennem åbenhed, ordentlighed og med et ønske om kontinuerligt at informere kunderne og andre interessenter – herunder pressen - skal Energi Viborg A/S være lettilgængelig, hurtig og effektiv med information inden for vores forsyningsområde.

Det gælder både den interne kommunikation til medarbejderne og den eksterne information og dialog til kunderne, vores samarbejdspartnere, interesseorganisationer og myndigheder samt pressen.

Hvornår?

Energi Viborg A/S står altid gerne til rådighed med information, forklaring og uddybning af vores multiforsyningsvirksomhed inden for alle vores forsyningsområder. Det være sig gennem vores fagmedarbejdere, ledere, chefgruppe og direktør samt formanden, der på deres respektive niveau og fagområde må være de bedste til udtale og forklare sig.

Åbenheden kan alene begrænses af hensyn til vore kunders lovpligtige krav om fortrolighed, medarbejderes sikkerhed, konkurrencehensyn samt strategiske fremtidsscenerier og investeringer, der af hensyn til samarbejdspartnere krav om fortrolighed kun delvis kan fremlægges.

Overordnet er vi som 100 procent ejet kommunalt selskab indstillede på at prioritere åbenhed.

Hvordan?

Energi Viborg A/S skal benytte sig af de nødvendige og opdaterede medieplatforme og følge den udvikling, som vores hovedfokusgruppe: kunderne og andre interessenter benytter og ønsker. Aktuelt er det:

- Mobilresponsiv hjemmeside med let tilgængeligt design og forståeligt indhold – om muligt renset for fagsprog og termer.
- Nyhedsbreve 4 gange årligt eller om nødvendigt flere gange
- Sociale medier, egne samt andre:
 - Facebook/Instagram: Målgruppe: kunderne, pressen og andre interessenter
 - LinkedIn – Målgruppe: erhvervsinteressenter herunder samarbejdspartnere
- SMS-services ved nedbrud, vandforurening mv. til relevante områder
- Personlig telefonbetjening med så lidt ventetid som muligt i åbningstiderne (vagttelefon 24/7)

- Lejlighedsvis annoncering i relevante aviser, radio og TV
- Skiltning og advisering ved anlægsarbejder
- Lejlighedsvis udsendelse af kundeinformation gennem breve, mails, e-boks mv.
- Afregnings- og kundebreve, der under hensyn til myndighedskrav skal være så forståelige og i øjenhøjde med kunden som muligt.
 - Forklaringssider eller videoer ved svært forståelige regningsbeskrivelser

Ovenstående platforme bruges efter en relevant kommunikationsfaglig vurdering ved almindelig drift, driftsforstyrrelser, aktuel debat eller information, som beskrevet under styring

Hvem?

Talsmænd er som udgangspunkt altid den ansvarlige chef, leder eller medarbejder alt afhængig af typen af forespørgsel. Som udgangspunkt er intentionen at holde kommunikationen på det passende fagniveau. Det vil sige, at:

- Alle medarbejdere kan udtale sig svare på spørgsmål om fakta inden for deres eget fagområde.

Ved strategiske spørgsmål vil det til enhver tid være den pågældende chef for det enkelte selskab, alternativt Energi Viborgs administrerende direktør / formanden, der udtaler sig. I politiske sager er det altid formanden, som udtaler sig.

Selskabets direktion og formandskabsskab for Energi Viborg kan udtale sig om fremtidsstrategier, visioner og mål for selskabets overordnede linje. Bestyrelsesmedlemmer kan i øvrigt udtale sig om sager behandlet af bestyrelsen, der ikke efter lovgivningen eller bestyrelsens beslutning skal behandles fortroligt.

Styring?

Forankringen af den overordnede kommunikation samt orkestreringen af hvem, der udtaler sig hvornår - især i pressehenseender - ligger i dagligdagen ved kunde- og kommunikationschefen i tæt koordination med den administrerende direktør.

Herfra bliver rammen for kommunikationsformen i samråd med direktionen og andre fagchefer koordineret, så den udføres af de relevante fagansvarlige. – undtaget i denne henseende er dog den enkelte chefs ledelseskommunikation i selskaberne.

3.0 Udførelse

Kommunikationspolitikken bliver udmøntet i Energi Viborg A/S i 1-årige kommunikationsstrategier og handleplaner, der tager hensyn til aktiviteterne i de 6 underliggende selskaber.

Hvert selskab tilpasser sin årligt sin kommunikationsindsats med en strategi/handlingsplan, der koordineres og forankres i Energi Viborg ved kunde og kommunikationschefen med månedlige opfølgninger i chefgruppen.

Strategierne følges op med almindeligt anerkendte målinger for PR-værdi årligt på de målbare platforme, så strategier og handlingsplaner justeres efter behov.