

# Webbförvaltning i statlig verksamhet

Anna Berglund

[anna.berglund@deployit.se](mailto:anna.berglund@deployit.se)

# Berednings- och beslutsprocesser

- Vem bestämmer egentligen vad på webben?
- Vem tar ansvar för helheten?
- Vem har "final say"?
- Vem säkrar användar-/kundperspektivet?

# Problemanalys

- Vilka surdegar har du i din organisation?

Frågor och oklarheter som hela tiden återkommer och där ni som arbetar med webben (och de andra digitala kanalerna) upplever att det:

*”Inte finns någon som fattar beslut”*

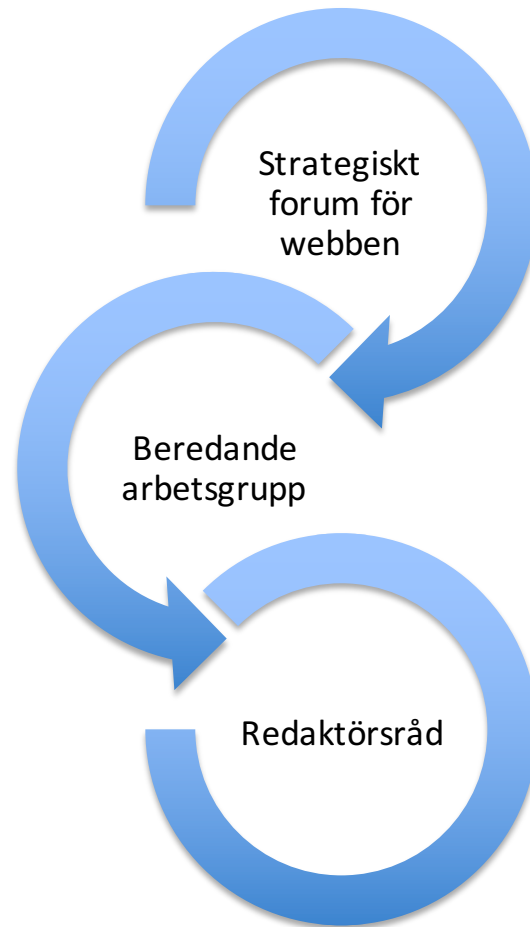
*”Dom där uppe är inte överens”*

# Lösning:

## Tydliga och kända berednings- och beslutsprocesser

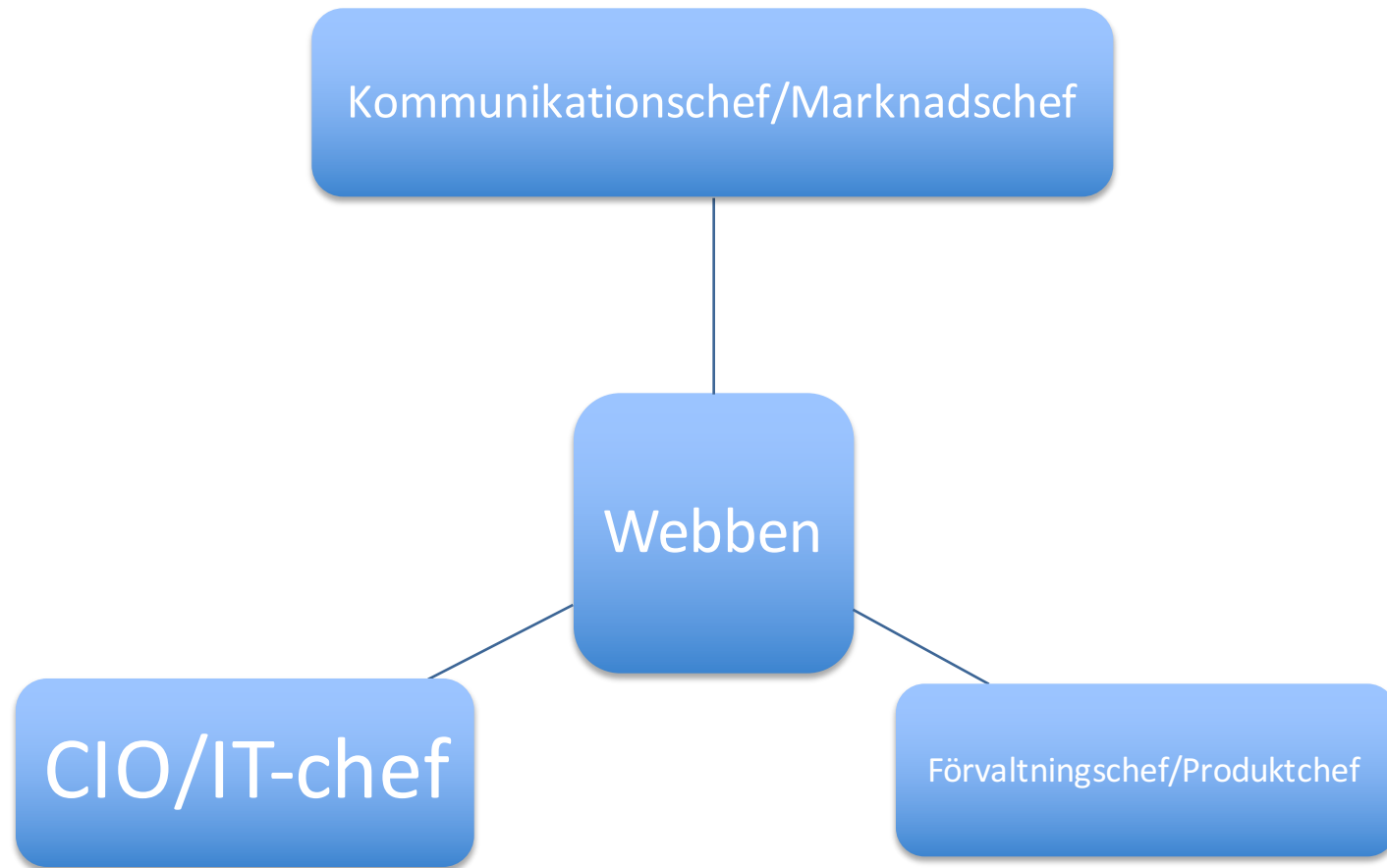
1. Sätt en mötesstruktur för beslut där alla intressenter deltar.
2. Tydliggör var strategiska, taktiska och operativa beslut sker.
3. Informera om detta i alla olika grupper på olika nivåer, "säljturné".

# Mötesstruktur



# Ofta finns det flera huvudintressenter

## Identifiera dom och deras perspektiv!



Ibland finns fler....

# Strategiskt forum för webben:

- Uppgift:
  - Besluta om riktlinjer, policys
  - Tillämpning av dessa när oenighet uppstår
  - Är styrgrupp för större projekt
- Deltagare: ordf. Kommunikationsdirektören, IT-chefen, de stora ägarna av innehåll/tjänster (på direktörsnivå)
- Föredragande: olika föredragande tex projektledare, huvudredaktören etc, ansvarig för webben förbereder mötet till ordförande
- Mötesfrekvens: varannan månad

# Arbetsgrupp för webben

- Uppgift:
  - Förbereda strategiskt forums möten
  - Avhandla frågor löpande om tillämpning av strategier och policys
  - Delge information
- Deltagare: ordf. ansvarig för webben samt representanter för intressenterna i det strategiska forumet på tjänstemannanivå.
- Mötesfrekvens: 1 ggr/månad



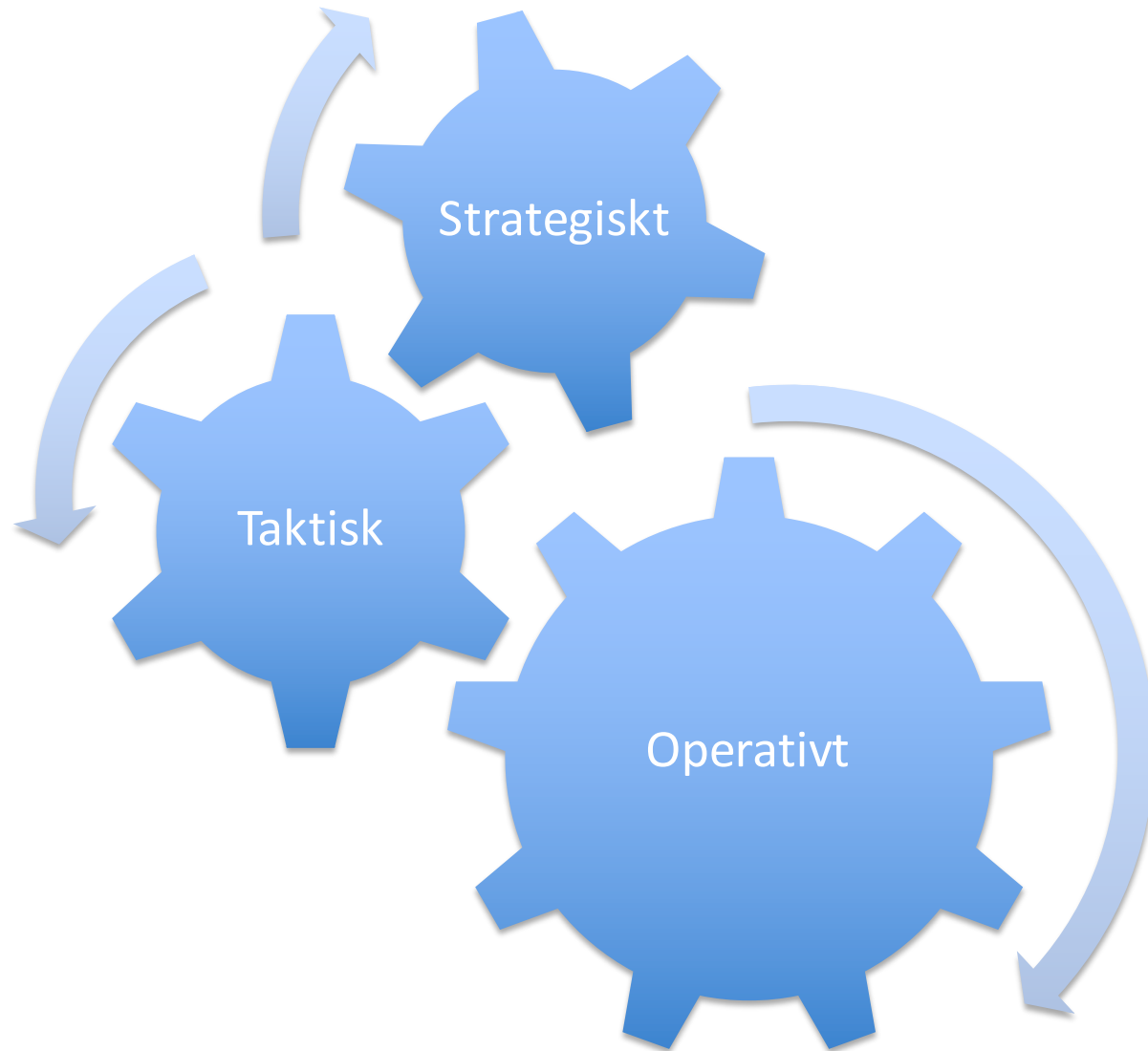
# Andra forum

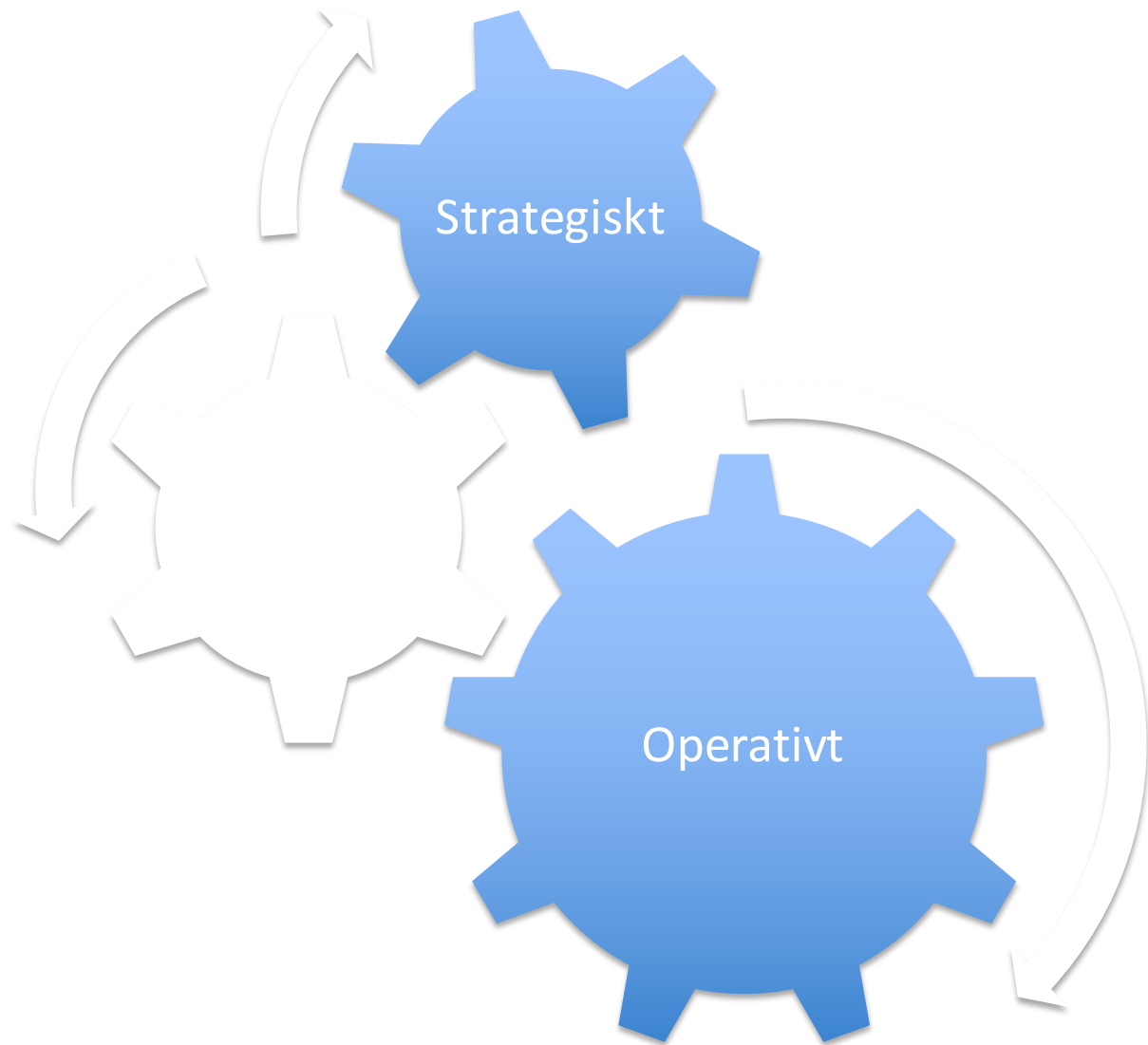
- Självklart finns också andra forum, där beslut av operativ karaktär tas. Ex på sådana kan vara "redaktörsråd".
- *Viktigt att ansvarig för webben deltar i andras beslutsstrukturer! Sitter med i IT-råd etc.*

# Bestäm rätt sak på rätt nivå

*”Massa småtjafs om detaljer och tekniska saker på de där mötena, jag har viktigare saker att lägga min tid på”*

*”Bara snömos och floskler på de där mötena, hur det ska gå till i verkligheten pratas det aldrig om, och så hamnar vi fotfolk i mellan igen”*





# Att få kugghjulen att snurra...

- Vad som ofta saknas är den taktiska tillämpningen...strategidokumentet är för tolkningsbara.
- Berednings och beslutsprocessen förutsätter att det finns strategier och policys som är beslutade. Kommunikationsstrategi, kanalstrategi, IT-policy etc.
- Dessa behövs oftast beslutats "högst upp".

# Så här kan man göra:

- **Strategi (ur Kommunikationspolicyn)**

”Information ska rikta sig till rätt målgrupp [...] detta gäller såväl den externa som den interna.”

- **Taktisk riktlinje (tillämpningen av Kommunikationspolicyn på webben)**

Den information och de tjänster som publiceras på den externa webbplatsen ska vara till för medborgaren. Kommunikation som ska ske med kommunens medarbetare ska göras på intranätet. Ibland kan det finnas information som riktar sig till både medborgaren och kommunens medarbetare. I de allra flesta fall behöver då informationen skrivas om två gånger och riktat mot respektive målgrupp.

- **Operativt med exempel (så jobbar vi)**

När en delegation från en vänort besöker kommunen är det en nyhet som ska publiceras på den externa webbplatsen utifrån att berätta varför delegationen är här, vad de kommer att få se och vilka de är. Samtidigt är det en intern information för medarbetarna i kommunen där samma nyhet berättas men där fokus ligger på praktiska saker såsom körschema, avstämningar och besökstider.