



Kommunikationsstrategi for Dansk Socialrådgiverforenings lederpolitik – dialog med og om ledermedlemmer

Kommunikationsstrategien er udarbejdet som en del af handlingsplanen for lederpolitikken i Dansk Socialrådgiverforening. Kommunikationsstrategien skal medvirke til at skabe kendskab til lederpolitikken og Dansk Socialrådgiverforenings holdning til god professionel ledelse og understrege, at Dansk Socialrådgiverforening er en organisation, der ser et stort potentiale i at organisere alle socialrådgivere fra studerende til mellemledere og topchefer, fordi det giver mening sammen at hæve kvaliteten af det sociale arbejde.

Kommunikationsstrategien skal også sikre, at Dansk Socialrådgiverforening har en nuanceret tilgang til det dilemma, som ligger i at repræsentere både medarbejdere og ledere i samme konflikt.

Kommunikationsstrategien beskriver, hvilke principper der danner udgangspunkt og hvilke mål, foreningen styrer efter.

Endelig skal kommunikationsstrategien skal medvirke til at styrke kommunikationen med og om ledermedlemmer i Dansk Socialrådgiverforening både internt og eksternt.

Strategiske fokusområder

- ❖ Synliggøre DS som aktivt deltager i meningsdannelsen om god professionel ledelse
- ❖ Styrke ledermedlemmernes identitet som ledere og medlemmer af Dansk Socialrådgiverforening
- ❖ Synliggøre DS også som en organisation for ledere
- ❖ Sikre en balanceret tilgang til dialogen med og om ledere
- ❖ Understøtte ledelse som en politisk dagsorden for foreningen

Hvem er omfattet af kommunikationsstrategien?

Strategien retter sig mod alle ledermedlemmer.

Derudover retter strategien sig primært internt i organisationen og eksternt til forskere, meningsdannere, andre faglige organisationer, myndigheder, pressen, og offentligheden.

Foreningens politikere og medarbejdere betragtes som aktører i såvel intern som ekstern kommunikation. At være aktør indbefatter både rettigheder og ansvar.

Målgrupper

Afhængig af emne og formål defineres målgruppen.

De primære målgrupper definerer vi således:

Interne målgrupper:

Medlemmer af ledersektionen og potentielle ledere

Foreningens politikere, herunder medlemmer af Hovedbestyrelsen

Ledersektionens bestyrelse

Lederkonsulenter og øvrige medarbejdere

Eksterne målgrupper:

Forskere fra CBS, SDU, AAU etc. og meningsdannere som Mandag Morgen, Offentlig Ledelse, FTF, KL og andre faglige organisationer

Pressen

Ansvars og kompetencefordeling

Alle ansatte, politikere og Ledersektionens bestyrelse har ansvar for at medvirke til en velfungerende kommunikation om ledelse. Foreningen forpligter sig til at dele viden og til at sikre at informationer og viden bliver tilgængelige på tværs af de fire organisatoriske enheder.

Ansvarsområder

Formand, næstformand, regionsformænd samt kontorledere, medlemschefen og sekretariatschefen har ansvaret for at udmøntningen om kommunikationsstrategien på lederområdet sker i overensstemmelse med kommunikationsstrategiens særlige strategiske fokusområder. Desuden er de ansvarlige for, at kommunikation mellem egen afdeling og resten af foreningen fungerer.

Konsulenter og andre medarbejdere skal sørge for at holde sig orienterede om forhold på lederområdet. Samtidig skal de bidrage til videndeling både internt og eksternt.