

Svenska Bostäders Kommunikationspolicy

Bakgrund och inledning

Varumärket Svenska Bostäder byggs upp av det samlade intryck företaget förmedlar genom sina bostäder och lokaler, tjänster, service och kunskap. Varumärket byggs också via den kommunikation som äger rum i olika kommunikationskanaler som påverkar bilden av Svenska Bostäder såväl internt som externt. Svenska Bostäders främsta målgrupper är nuvarande och potentiella hyresgäster, medarbetare samt vår ägare och opinionsbildare.

För att vårda och utveckla varumärket, är det viktigt att Svenska Bostäder har en policy som garanterar hög kvalitet och samordning av företagets kommunikationsinsatser samt en tydlig, sammantagen varumärkesplattform.

Syfte

Syftet med denna kommunikationspolicy är att ge en övergripande bild av vilka värderingar som styr det interna och externa kommunikationsarbetet. Policyn ska också säkerställa ett fortsatt starkt varumärke som bidrar till att företaget uppfyller sina mål.

Definitioner

Med kommunikation avses de aktiviteter genom vilka företaget upprätthåller kontakt och kommunicerar med sina målgrupper, till exempel befintliga och presumtiva hyresgäster, medarbetare, ägare, samarbetspartners, myndigheter, beslutsfattare och media.

Omfattning och avgränsning

Denna policy omfattar alla medarbetare inom Svenska Bostäder. Varje medarbetare har ansvar för att upprätthålla en god kommunikation med våra målgrupper och bidra till en god företagskultur. Varje medarbetare har också ett eget informationsansvar, som både består av rätten att vara informerad och skyldigheten att själv söka och lämna information.

Alla chefer ansvarar för såväl internt som extern kommunikation inom sitt område.

Kommunikationschefen är högst ansvarig för företagets kommunikation och har därmed övergripande ansvar för styrning, samordning och uppföljning av företagets insatser inom dessa områden. Kommunikationschefen ansvarar också för samordning och utformning av företagets interna och externa informationsspridning, vilket inkluderar styrning av budskap till samtliga målgrupper.

Kommunikation

Svenska Bostäder ska ha ett starkt varumärke och sträva efter tydlighet så att hyresgäster, stockholmare, medarbetare m fl känner till oss väl och vet vad vi står för. För att underhålla och stärka Svenska Bostäders varumärke ska vi själva driva en proaktiv, öppen och trovärdig kommunikation med omvärlden och inom företaget. Vi ska:

- vara öppna, tjänstvilliga och ärliga i kontakter med våra intressenter.
- erbjuda målgruppsanpassad information i ett flertal kanaler.
- planera och samordna kommunikationsinsatser för största möjliga effekt.
- ha en tydlig och enhetlig profil.
- stärka bilden av Svenska Bostäder som en attraktiv hyresvärd och arbetsgivare.
- skapa kunskap och överblick över vår verksamhet, våra förutsättningar och mål.
- underlätta genomförande av beslut.
- stimulera dialog och lärande av varandra.
- stärka en gemensam värdegrund inom företaget.

Kopplingar till andra dokument

Denna policy och hur den ska tillämpas beskrivs närmare i *Regler för profilkläder*, *Regler för grafisk profil*, *Regler för bidrag och sponsring*, *Regler för presentreklam*, *Regler för kontakter med massmedia* och *Regler för intern kommunikation*.

Ansvarig	Anne Kuylenstierna Arnström
Handläggare	Anne Kuylenstierna Arnström
Senaste revision	Maj 2013
Godkänd i styrelsen	150611