



Forbrukertilsynet

EKTE KOMMUNIKASJON

engasjert, kompetent, troverdig og effektiv

Forbrukertilsynets
kommunikasjonsstrategi

Innhold

- 01 Innledning
- 02 Hensikt
- 03 Kommunikasjonsmål
- 04 Målgrupper
- 05 Ansvar og organisering
- 06 Prinsipper for kommunikasjon
- 07 Fire strategiske grep



VISJON – Et enklere og tryggere samfunn for forbrukerne

01

Innledning

Forbrukertilsynet er en offentlig tilsynsmyndighet, som fører tilsyn med markedsføring og avtalevilkår, håndhever forbrukervernlovgivning og mekler i konflikter mellom forbrukere og næringsdrivende.

For å løse oppdraget vårt, jobber vi etter tre hovedmål.

- ➔ Synlig og aktuell
- ➔ Offensiv og utviklingsorientert
- ➔ En attraktiv arbeidsplass

KOMMUNIKASJON er
et sentralt virkemiddel
for å nå hovedmålene.

Hensikt

Hensikten med
kommunikasjonsstrategien er



- å gi retning i alt kommunikasjonsarbeid
- å bruke kommunikasjon strategisk for å nå våre mål
- å sikre riktig ressursbruk
- å sørge for en felles forståelse av godt kommunikasjonsarbeid i hele organisasjonen



03

Kommunikasjonsmål

Kommunikasjonsstrategien følger Forbrukertilsynets strategi og statens kommunikasjonspolitikk.



**Gjøre det enkelt for
forbrukerne å ta
informerte valg**

**Legge til rette for
at næringsdrivende
kan gjøre rett**

**Synliggjøre
Forbrukertilsynets
rolle, ansvar og arbeid**

**Bygge intern kultur
og felles identitet**

04

Målgrupper

- ➔ Ansatte
- ➔ Forbrukere
- ➔ Næringsliv
- ➔ Organisasjoner
- ➔ Myndigheter/politikere
- ➔ Internasjonale aktører
- ➔ Presse/media
- ➔ Samarbeidspartnere

05

Ansvar og organisering

Lederansvar

- ➔ Kommunikasjon er et lederansvar. Kommunikasjon og informasjon skal være integrert i Forbrukertilsynets styringsdokumenter

Linjeansvar

- ➔ Kommunikasjonsansvaret følger linjeprinsippet. Ansvar og myndighet følger av delegeringsreglementet.

Kommunikasjonsenheten

- ➔ gir kommunikasjonsfaglig støtte og rådgivning til hele organisasjonen.
- ➔ planlegger, produserer og publiserer innhold til Forbrukertilsynets kanaler.

Prinsipper for kommunikasjon

→ Åpen

Vi er åpne, tydelige og tilgjengelige, og vi praktiserer meroffentlighet

→ Aktiv

Vi planlegger alltid kommunikasjonstiltak i viktige saker og utnytter alle informasjons- og kommunikasjonskanaler aktivt for å nå våre mål

→ Synlig

Vi sørger for at relevant informasjon når alle berørte

→ Engasjert

Vi gir forbrukere og næringsdrivende mulighet til å fremme sine forslag og synspunkter

→ Klar

Vi utformer informasjon slik at den fremstår entydig og helhetlig for mottakeren



Dette løser vi gjennom å:

- alltid ha brukeren i fokus
- bruke et språk som er forståelig
- tilpasse innholdet til målgruppe og kanal
- informere i kanaler som egner seg

Fire strategiske grep

1

Gi målgruppene tilpasset informasjon i rett kanal

- Ha et bevisst forhold til hvilke kanaler vi bruker
- Være oppdatert på digitale brukermønstre og nysgjerrige på nye trender
- Involvere målgruppene for å få innsikt i deres informasjonsbehov
- Jobbe for å nå de målgruppene vi ikke når gjennom tradisjonelle kanaler

2

**Kommunisere
enhetlig og forståelig**

- Bruke tydelig og forståelig språk
- Bevisst bruke språk tilpasset målgruppe
- Følge grafisk profil
- Følge reglene for universell utforming
- Bruke visuell kommunikasjon

3

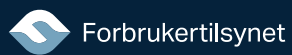
**Synliggjøre Forbrukertilsynets
rolle og ansvar**

- Gi god informasjon om hvem vi er og hvilket ansvar vi har
- Vise både prosess og resultat

4

**Styrke
internkommunikasjonen**

- Bruke internkommunikasjon til å bygge fellesskap
- Bygge stolthet for egen arbeidsplass
- Sørg for god informasjon om interne prosjekter og prosesser



Forbrukertilsynet