

Frejas politik for eksternt kommunikation

Maj 2010

freja
ejendomme

Den daglige kommunikation - indadtil som udadtil - er væsentlig for, at Freja ejendomme kan vedblive at fremstå som en åben, troværdig og proaktiv virksomhed - og til enhver tid være den foretrukne samarbejdspartner for vores ejer, kunder og øvrige samarbejdspartnere. Kommunikationsarbejdet skal medvirke til at bevare og udvikle Frejas gode position på markedet. Derfor skal kommunikationen tænkes strategisk ind i alle funktioner og ansvarsområder.

Målsætningerne for Frejas eksterne kommunikation

Frejas eksterne kommunikation har to overordnede og tæt forbundne mål - dels branding af Freja som ejendomsselskab, dels udviklingen og salget af Frejas ejendomme:

- Vi ser kommunikationen som en central faktor i udviklings- og salgsarbejdet i forhold til at opnå de kvalitativt bedste løsninger for vores kunder, leverandører og samarbejdspartnere, samtidig med at vi fastholder fokus på nettogevinsten for vores ejer.
- Endvidere ønsker vi at synliggøre Freja som en aktiv og fremsynet aktør i forhold til bæredygtighed og god arkitektur - og herunder at indgå aktivt i opinionsdannelsen.

Præmisserne for Frejas eksterne kommunikation

Det er en grundlæggende præmis, at de konkrete kommunikationsaktiviteter understøtter de værdier, der præger Frejas øvrige drift og arbejde. En af de vigtigste præmisser er, at Freja - selvom virksomheden ikke formelt i sin konstruktion er en statslig virksomhed - fremdeles skal agere inden for det samme politiske felt, som statslige virksomheder.

Det er ydermere en præmis, at enhver leder, medarbejder og samarbejdspartner i mødet med det omgivende samfund har et medansvar for Frejas omdømme. God kommunikation er en del af de ansattes hverdag, og medarbejderne såvel som ledelsen er klar til at indgå i dialog med omverdenen som ambassadør for Freja.

Endelig er det en præmis, at kommunikationen indgår i alle Frejas aktiviteter. Det betyder, at overvejelser om hvordan og i hvilket omfang en given aktivitet eller beslutning skal kommunikeres, er en fast integreret dimension i alle beslutningsprocesser.

Principper for god eksternt kommunikation i Freja

Freja har en aktiv dialog

Freja skaber engagement, arbejdsglæde og ansvarlighed med god intern og eksternt dialog. Freja ønsker at kommunikere med medarbejderne først - især om beslutninger, der vedrører dem. Freja deler viden og opsøger den viden, andre stiller til rådighed for at skabe bedre resultater.

Freja er åben

Freja er tilgængelig – med respekt for de særlige hensyn, der gælder for virksomheder, der opererer inden for en offentlig, politisk kontekst. Freja viser vilje og evne til at kommunikere – også i situationer, hvor omverdenen efterspørger informationer, der ikke umiddelbart er til Frejas fordel.

Freja er proaktiv

Freja tager initiativ og er selv med til at sætte dagsordenen både internt og eksternt. Freja er årvågen og forebygger rygte- og mytedannelser. Freja følger op på misforståelser og giver sin version af sagen.

Freja er troværdig

Frejas troværdighed er afgørende for medarbejdernes og omverdenens tillid. Der er derfor sammenhæng mellem ord og handling. Freja formidler korrekt og rettidigt.

Freja er til at forstå

Freja kommunikerer, så det er til at forstå for andre end os selv. Det er Frejas ansvar, at andre kan forstå budskaberne. Derfor bruger Freja et klart, præcist og korrekt sprog.

Kommunikation er en integreret del af opgaveløsningen

Frejas kommunikation har altid et formål. Ikke mindst er kommunikationen afgørende for et højt kvalitetsniveau, innovative løsninger og tilfredse kunder, leverandører og samarbejdspartnere.

Målgrupperne for Frejas eksterne kommunikation

Freja kommunikerer med en lang række eksterne interessenter. For at sikre en målrettet og effektiv kommunikation tilpasset budskaber såvel som modtager skelner Freja mellem følgende eksterne målgrupper i sine kommunikationsaktiviteter:

- Små lokale kunder
- Store kunder
- Leverandører og samarbejdspartnere
- Opinionsdannere – herunder medier
- Politikere i kommuner og regioner
- Embedsmænd i kommuner og regioner

Midler og kanaler for Frejas eksterne kommunikation

Frejas eksterne kommunikation er præget af en lang række aktiviteter, hvoraf flere helt naturligt har karakter af at være både egentlige ydelser og kanaler til distribution af resultater. Der er blandt andet tale om:

- Nyhedsmails med nyhed på hjemmesidens forside
- Pressemeddelelser
- Delårs- og årsrapporter
- Hjemmesiden www.freja.biz
- Møder med interessenter
- konferencer