

Riktlinje sociala medier

Sociala medier är kommunikations- och informationskällor i det dagliga arbetet, precis som skekraft.se och intranätet. Kommunikation i sociala medier skiljer sig inte från andra sammanhang som exempelvis offentliga framträdanden eller uttalanden i traditionella medier. Vi ser mediet som ytterligare ett verktyg för att lyssna, dela information och delta i konversationer. Vi använder sociala medier till att:

- lyssna på vad andra säger om oss för att lära känna våra målgrupper och deras behov
- prata med kunder, medarbetare och andra målgrupper
- dela information och kunskap
- fråga efter synpunkter
- svara på frågor
- rekrytera nya medarbetare
- opinionsbildning

Ansvar

Samtliga medarbetare vid Skellefteå Kraft är skyldiga att följa riktlinjen. Vi ställer samma krav på våra leverantörer, entreprenörer, konsulter eller andra samarbetspartners som på oss själva.

Avdelning Kommunikation och hållbarhet ansvarar för att riktlinjen hålls uppdaterad.

För oss betyder det att:

Skellefteå Krafts konton på sociala medier

- Det bör finnas ett uppdrag från chefen för att en medarbetare ska kunna använda sociala medier i tjänsten. Med detta beslut klargörs att personen använder sociala medier som anställd och inte som privatperson.
- Kommunikationschefen utser vilka personer som får skriva på sociala medier för koncernens räkning, på ungefär samma sätt som man utser publicister på hemsidor.
- Skellefteå Kraft har en förteckning på den egna webbplatsen över vilka externa webbplatser, till exempel Facebook och Twitter som vi är aktiva på.
- Skellefteå Kraft fattar gallringsbeslut om att till exempel svar på ett twitterinlägg, facebook-inlägg, eller andra inkomna kommentarer på de sidor man är aktiv på inom sociala medier, får gallras (tas bort) fortlöpande. Samma sak gäller för den information som företaget själv skapat i ett socialt medium.
- Brottsligt material, som till exempel hot eller hets mot folkgrupp med mera, tar Skellefteå Kraft bort.
- För att dokumentera själva mediet sparas skärmdumpar från de sidor företaget är aktiv på en gång i halvåret eller inför stora förändringar.
- Sekretessbelagda uppgifter får inte publiceras på sociala medier.

Uppdraget att använda sociala media i tjänsten

- Logga in som Skellefteå Kraft för att hantera tjänsteärenden.
- Svara med Skellefteå Kraft som avsändare och ditt namn.
- Undvik alltid att trappa upp en konflikt. Håll dig lugn och förklara företagets ståndpunkt så sakligt som möjligt.
- Använd en trevlig ton.
- Bedriv ingen pajkastning.
- Stör inte dialogen.
- Erbjud hjälp och förklaring på olika saker.
- Undvik ställningstagande när det gäller politik eller religion.
- Skellefteå Krafts kärnvärden och policys ska beaktas och återspeglas i den dialog som förs på sociala media.

Anställda i rollen som privatperson

- Diskutera inga tjänsteärenden som privatperson.
- Var klar över din integritet. Hur mycket vill du berätta?
- Hur mycket vill du berätta om ditt jobb i Skellefteå Kraft för alla läsare, inte bara den du "pratar" med.
- Anställda som använder sociala medier privat har rätt att skriva om Skellefteå Krafts verksamhet då medarbetare i kommunägda bolag omfattas av meddelarfrihet.
- Ett grundläggande krav är att arbetstagaren inte får skada eller hota arbetsgivaren eller någon medarbetare på Skellefteå Kraft. Det kallas lojalitetskrav och är en del av anställningsavtalet. Om exempelvis en medarbetare är kritisk mot Skellefteå Kraft måste han eller hon alltid försöka lösa problemen internt först. Att kritisera en arbetsgivare utan att den har haft möjlighet att rätta till eventuella missförhållanden kan utgöra ett brott mot anställningsavtalet.
- Även om du uppfattar det som om någon skrivit ett mycket negativt och felaktigt inlägg om Skellefteå Kraft så undvik alltid att trappa upp en konflikt. Håll dig lugn och förklara din ståndpunkt så sakligt som möjligt. Använd inte en nedlåtande ton och tala inte illa om konkurrenter. Tänk på att även om ditt svar är riktat till en viss person så kommer det att läsas av många andra, exempelvis konkurrenter, tidigare anställda och kunder. Att tänka en extra gång innan du postar ett inlägg och att använda sunt förnuft gör att du ger ett bra intryck.