

RAPPORT

# Webstrategi

Marts 2017



## Indholdsfortegnelse

Mål og baggrund .....	3
Online borgerservice .....	4
Principper .....	5
Effekt .....	6
Indhold .....	7
Inddragelse .....	8
Design og billeder .....	8
Søgning .....	9
Selvbetjening .....	9
Evaluering og målepunkter .....	10
KOMHEN 2.0 .....	<b>Fejl! Bogmærke er ikke defineret.</b>
Brugeroplevelsen .....	10
Afrunding .....	10
Arketyper .....	11
Den nervøse bruger (30 %) .....	11
Den typiske bruger (50 %) .....	12
Den svage bruger (20%) .....	13

## Mål og baggrund

Kommunen hjemmeside [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk) og digitale undersider og temasider støtter op om kommunens vision Naturens Rige. Det sker ved at skabe en effektiv digital indgang til kommunen, der gør at borgerne nemt og bekvemt kan finde svar og betjene sig selv, og det sker gennem et stramt designudtryk og billeder, der fremviser kommunen.

RKSK ønsker at øge den værdi [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk) samt undersider tilbyder borgerne i kommunen via en mere effektiv udnyttelse af selvbetjeningen og kommunikationen på kommunens hjemmesider. En underside er en institutionsside eller en temaside. Fremadrettet benyttes [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk) som en fællesbenævnelse for kommunen hovedside og alle undersider.

*Hjemmesiden skal være borgerens<sup>1</sup> foretrukne kontaktpunkt med kommunen.*

RKSK's digitale aktiviteter skal flytte personlige og skriftlige henvendelser til kommunen til online borgerservice. Mulighederne på nettet skal skabe værdi for borgerne og motivere dem til at benytte de online muligheder.

*Hjemmesiden sætter borgerne i centrum og løser deres behov nemt og bekvemt.  
En personlig og intelligent online borgerservice.*

Webstrategien opstiller de overordnede principper samt krav til drift og optimering af [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk), herunder fastsættes de relevante mål, opgaver og rutiner mv. for kommunens hjemmeside.

Al digital kommunikation tager afsæt i RKSKs kommunikationsstrategi "RKSKompasset"<sup>2</sup>. Kommunen skal levere professionel målrettet kommunikation til kommunens borgere og interessenter.

Udvikling af hjemmesiden fortsætter på platformen: DynamicWeb.

Hjemmesiden skal herudover som kommunens øvrige digitale platforme følge designmanualen for RKSK.

---

<sup>1</sup> Med borgere menes alle nuværende og potentielle borgere i Ringkøbing-Skjern Kommune, nuværende og potentielle virksomheder, tilflyttere, turister og jobsøgende.

<sup>2</sup> Kan findes på Apples "App Store".

Webstrategien sætter fokus på kommunens overordnede målsætninger om, at gøre hjemmesiden og digital selvbetjening attraktivt. Brugen af [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk) skal øges via:

*Godt og relevant indhold, et nutidigt webdesign og attraktive brugeroplevelser.*

[www.rksk.dk](http://www.rksk.dk) understøtter kommunens vision Naturens Rige og brander kommunen gennem et stramt designudtryk og gennem billeder eller anden grafik, der viser kommunen.

## **Online borgerservice**

Online borgerservice er et helt nyt begreb, der er afgørende for, at kommunen lykkes med målende i denne webstrategi og kanalstrategien. Online borgerservice handler ikke om, at kommunen skal lave en ny hjemmeside eller tilbyde selvbetjening på nettet. Den bedste mening kommer af, at læse ordet baglæns.

*Service til borgerne online.*

Alt hvad vi gør på hjemmesiden, er ment som en *service*. Det betyder, at det skal være nemmere og mere bekvemt at gøre det online, end på andre måder.

*Nemt og bekvemt*

Det er altid med borgeren i centrum. Ikke hvad der er let eller nemt for os, men med udgangspunkt i, hvordan borgerne vil foretrække denne service. Det handler om, at give borgerne lyst til at bruge servicen, så det bliver deres foretrukne kontaktpunkt til kommunen. Vi er derfor nødt til at udtænke intelligente løsninger på de behov, som borgerne møder hjemmesiden med.

*Sæt borgerne 100 % i centrum*

Det er online, og derfor skal vi optimerer vores tilstedeværelse på brugernes præmisser. De kan tilgå hjemmesiden på mobil, tablet eller computer. Vi skal være tilstede på de onlinekanaler, som borgerne anvender.

*Mød borgerne på borgernes præmisser*

Borgernes behov på hjemmesiden skal danne retningen for indholdet på websitet. Indholdet skal skrives, så alle får glæde og udbytte af indholdet. Alle tekster prioriteres og skrives til tre valgte

arketyper på modtagere<sup>3</sup>. Det handler om at have hjemmesidens målgruppe for øje og få nærvær ind i kommunikationen. Teksterne skrives, så der tydeligt mærkes en afsender og modtager så det er letforståeligt, relevant og overskueligt.

Hjemmesiden skal **ikke** tænkes som et opslagsværk, men som et hjælpemiddel og service til borgerne.

## Organisering

Styregruppen for [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk) består af stabschef for Service og Digitalisering samt koordinatoren for kommunens Kommunikationsteam. Styregruppen sikrer, at [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk) drives og udvikles i overensstemmelse med webstrategien, der er afstemt med direktionen samt fag- og stabschefer.

Webmaster for [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk) er placeret i kommunens Kommunikationsteam (Service og Digitalisering). Kommunikationsteamet har det overordnede ansvar for udvikling og drift af [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk) samt undersider.

Hvert fag- og stabsområde har 1-2 webredaktører, der har den daglige administration af [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk) som en af de primære opgaver.

Undersider varetages af det fag- og stabsområde, undersiden hører under. Områdets webredaktør er koordinator for områdets undersider.

Der kan uddannes redaktører, der varetager de enkelte undersider. Undersiderne kan også varetages centralt af områdets webredaktører. Alle redaktører er ansatte i Ringkøbing-Skjern Kommune og gennemgår et fastlagt kursusforløb.

Indholdsleverandører er fagpersoner, sagsbehandlere, ledere mv., som allerede i dag producerer indhold til hjemmesiden. De skal fortsat producere indhold, men alt kvalitetssikres hos fag- og stabsområdernes webredaktører/redaktører efter webstrategiens principper, før det ender på [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk) samt undersider.

## Principper

- *Styregruppen er øverst ansvarlige for drift og udvikling af [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk).*
- *Kommunikationsteamet (Service og Digitalisering) er øverst ansvarlige for den daglige drift og udvikling af [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk), herunder også alle undersider.*
- *Administration af [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk) og indholdet varetages af kommunikationsteamet i samarbejde med fag- og stabsområdernes webredaktører. Lokalredaktører er ansvarlige for administration af den del af [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk), der hører under deres fag- og stabsområde, herunder også undersider.*

---

<sup>3</sup> De arketyper, kommunen skriver til er beskrevet sidst i denne webstrategi.

- *Kommunikationsteamets webmaster samt fag- og stabsområdernes webredaktører skal have webkompetencer på et højt niveau.*
- *Kommunikationsteamet inddrages altid ved nye online tiltag som nye institutionsider eller temasider. Dette gælder for tiltag der sker på [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk) og undersider. Målet er at sikre, at kommunens online platforme er sammenhængende, og at [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk) forbliver borgernes foretrukne kontaktpunkt til kommunen.*
- *Fag- og stabsområder finansierer selv de online tiltag, der hører under området. Eksempler er oprettelsen af nye institutions- eller temasider, uddannelse af nye webredaktører ol.*
- *Nye online tiltag skal som udgangspunkt altid ske på [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk) eller undersider for at samle alle kommunens hjemmesider på én platform og dermed lette administration og drift og sikre den overordnede sammenhæng*
- *Undersider skal som udgangspunkt benytte de standardiserede skabeloner, der er udviklet i samarbejde med kommunens leverandør. Styregruppen kan i helt specielle tilfælde give tilladelse til at afvige fra reglen.*
- *Kravet til en rksk-hjemmeside uanset platform er klar identitet, så brugerne ikke er i tvivl om ejerskabet af siden. Det sikres ved at url'en til kommunens hjemmesider altid ender på [rksk.dk](http://rksk.dk) og at et af de godkendte rksk-logoer anvendes synligt øverst på siden. Farverne fra designmanualen skal også anvendes ved web.*
- *Administrationen af undersider varetages af det fag- og stabsområde, undersiden hører under. Fag- og stabsområdets webredaktør er koordinator for områdets undersider.*
- *Alle redaktører af undersider er ansatte i Ringkøbing-Skjern Kommune og gennemgår en fastlagt uddannelse. Fravigelse af dette princip kan kun ske med tilladelse fra Styregruppen.*
- *Nye redaktører på ethvert niveau gennemgår altid en basisuddannelse, der består af et fastlagt undervisningsforløb samt et møde med Kommunikationsteamet. Omkostningerne til uddannelsen afholdes af fag- og stabsområderne selv.*
- *Redaktører for undersider refererer til fag- og stabsområdernes webredaktører. Ved behov for yderligere hjælp kan webredaktørerne kontakte Kommunikationsteamet webmaster. Webmaster kan kontakte kommunens leverandør.*
- *Der skal måles og evalueres på [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk)'s performance og indfrielse af forventninger.*
- *Blanketter til selvbetjeningsløsninger udarbejdes af Dafolo. Fag- og stabsområderne finansierer selv blanketløsninger, der hører til deres eget område.*
- *Hvis et fag- og stabsområde ønsker at oplyse om private tilbud på [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk), skal fag- og stabsområdet sikre, at der sker en løbende opfølgning på, at informationerne er retvisende og opdaterede. Ved et ønske præsenteres et forslag for webmaster. Forslaget afdækker, hvordan det sikres, at informationerne på de private aktører er retvisende og opdaterede. Styregruppen kan afslå ønsket. Selvejende institutioner med driftsoverenskomst med kommunen kan efter ønske indgå på kommunens hjemmeside på linje med kommunale aftaleenheder.*
- *Service og Digitalisering tilbyder et antal fælles undervisningsgange om året i [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk) samt undersider.*

## Potentiale, effekt og evaluering

KL konstaterede i 2013, at den kommunale sektor samlet set kunne sparre 1.1 milliard ved at flytte borgerne over på de digitale kanaler.<sup>4</sup> Ringkøbing-Skjern Kommunes andel er typisk godt 1

---

<sup>4</sup> KL, 2012: Principper for weboptimering – Den effektive og brugervenlige hjemmeside

procent, hvilket vil sige, at RKSK's potentiale i 2012 kunne siges at være en potentiel besparelse på 11 mio. kroner.

Potentialet på 1,1 mia. kroner skal ses i forhold til de generelle kanalpriser. KL måler på to typer af henvendelser. De generelle informationshenvendelser og transaktionshenvendelser. De personlige henvendelser er naturligvis de dyreste med 70 kroner for informationshenvendelser og 97 kroner for transaktionshenvendelser, De "smarteste" sagsbehandlingsgange med datafangst, sagsbehandling og kvittering til borgerne er dem, hvor en sagsbehandler ikke har haft hånd på sagen. Det kan sammenlignes med de rene digitale løsninger. Prisen er her 21 kroner, der kan henføres til faste omkostninger.

## Evaluering

Der arbejdes videre med at optimere [www.rksk.dk's](http://www.rksk.dk) sider ex. gennem samarbejdet med Bellmetric, der viser, hvilke sider på [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk), der virker efter hensigten, og hvilke der ikke gør.

Siteimprove bruges til løbende at optimere siden samt identificere og rette fejl. Med Siteimprove måles den løbende aktivitet på hjemmesiden.

## Indhold

Der er en løbende opgave i at forbedre indholdet på [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk). Hver side skal være værdiskabende. Der må ikke være "fordeler sider". For hvert klik skal det vurderes, hvilket indhold, der er bedst for brugerne.

*Hver side skal være værdiskabende*

Godt indhold tager udgangspunkt i brugerens livssituation og samler relevant information og selvbetjening omkring dette. Det skal opleves, som at få personlig og brugbar vejledning med udgangspunkt i egen situation. Borgeren skal ikke rundt på mange sider og selv finde ud af, hvad der er vigtigt at tage højde for i en given livssituation. Vi har samlet det hele for borgeren, og præsenterer det på en god måde.

- *Kommunikationsteamet vurderer løbende, om der er nye livssituationer, som skal laves til hjemmeside ud fra brugerstatistikken*
- *Kommunikationsteamet vurderer løbende, om der er livssituationer, som kan optimeres og videreudvikles til at give en endnu bedre borgerservice.*

Godt indhold er ikke statisk. Det udvikler sig i forhold til den erfaring, vi får med brugerne. Et godt analyseværktøj giver gode data om brugerens engagement på siderne, og med en ny funktion, hvor brugerne direkte kan give feedback til det indhold, som de har læst, så får vi mulighed for løbende at forbedre os på det mest efterspurgte indhold.

- *Kommunikationsteamet forholder sig løbende til en analyse af brugerens engagement på siderne*

## Inddragelse

Brugerfeedback, brugertest og webanalyser er nøglen til at realiserer visionerne for hjemmeside. Det er den løbende proces og optimering af hjemmesiden, der giver det gode resultat. Etablering af [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk) er kun et fundament. Herefter skal kommunikationen og selvbetjeningsmuligheder afpudsas og løbende optimeres efter brugernes input og anvendelse af hjemmesiden.

Brugerfeedback er brugerens vurdering af den enkelte side, om den har godt indhold, og om indholdet løser deres problem eller giver svar på deres spørgsmål.

- *Alt brugerfeedback skal samles og vurderes en gang om måneden. Således kan der uddeles opdateringsopgaver ugentligt.*
- *Webanalyser gennemføres månedsvis. Her skal hjemmesiden analyseres og statistikken afsløre dårlige sider, fejl og mangler på hjemmesiden*  
***På en tilfældig måned i 2017 har [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk) haft knap 39.500 besøg og godt 134.000 siders visning.***
- *Alle tekniske udfordringer og opdateringer med hjemmesiden samles og evalueres med webleverandøren mindst en gang om året*

Det vurderes løbende om en underside eller temaside har behov for en lige så kvalificeret opfølgning som hovedsiden [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk).

## Design og billeder

[www.rksk.dk](http://www.rksk.dk) er en af de største og bedst besøgte hjemmesider i kommunen. Det er vigtigt, at det er et ansigt på, hvem vi er, og at hjemmesiden formidler en identitet og et udtryk, som vi er stolte af. Der er behov for, at kommunen tænker branding og nyhedsformidling ind i hjemmesiden.

Billederne bidrager til den emotionelle oplevelse. Ser vi noget, vi godt kan lide, så er vi mere motiveret for at bruge det. De billeder vi bruger skal altså betyde noget for borgerne.



Design og billeder følger RSK's designmanual.

### **PR-billeder**

I en kort periode (3-7 dage) er det muligt, at få udskiftet topbilledet på [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk) med et PR-billede for et bestemt projekt/fremstød/aktivitet/branding, der skønnes at have interesse for alle borgere i kommunen, eller er af særlig værdi for kommunen. Læs reglerne på <https://intranet.rksk.dk/Document/1727/rksk-info/Folder/30401/kommunikation-og-design/web-1/>

### **Søgning**

Det handler om, at det er nemt og tilgængelig for brugerne. Tendensen på nettet er i højere grad søgning end navigation frem til indholdet. Hovedsiden [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk) indrettes derfor med en central søgefunktion, som vi kender fra Google. Det inspirerer til at bruge søgning i langt højere grad.

Statistikken over søgeord er helt central, samt hvordan brugerne anvender søgefunktionen.

- *Fandt brugerne det de søgte, eller skulle der laves en ny søgning. Mindst en gang om måneden skal hjemmesiden og søgefunktionen optimeres efter denne dataopsamling*
- *Fremhæve resultater på søgninger så brugerne kommer til de rigtige sider. De fremhævede resultater skal opdateres manuelt, og denne vurdering skal ske mindst en gang om måneden.*

Det vurderes individuelt for undersider og temasider, hvilken søgemaskine, der er relevant at implementere.

### **Selvbetjening**

Hjemmesiden indrettes med en central placering af selvbetjeningsmuligheder på relevante undersider. Her handler det om at udvælge de muligheder, der skal vises.

Selvbetjening er ikke et isoleret område på hjemmesiden, men en integreret del af hjemmesiden og skal bruges sammen med indholdet på hjemmesiden.

Det er vigtigt, at de valgte muligheder er relevante i forhold til de behov, der er hos brugerne på netop denne side.

Hvis vi har fået en ny løsning, skal den tilføjes hjemmesidens emneside + relevante undersider. Webmasteren skal altid have besked, når nye løsninger tilføjes, eksisterende løsninger ændres eller fjernes, så sammenhængen til borger.dk og Virk.dk sikres.

- *Selvbetjening på undersider skal løbende tilpasses og prioriteres efter de løsninger, som brugerne anvender. Dette kan ses i det analyseværktøj, vi anvender og skal manuelt optimeres på hver underside, hvor der er selvbetjening.*
- *Siderne med selvbetjening kan løbende udbygges. Det er vigtigt at starte med de sider, der har flest besøgende og løbende udbygge hjemmesiden med målrettede selvbetjeningsmenuer.*
- *Vi arbejder konstant på at sikre og bruge digitale selvbetjeningsløsninger, der gør det nemt for borgerne. Det kommer bl.a. til udtryk i vores blanketter, der er digitale.*

## Evaluering og målepunkter

Nye målsætninger tilføjes i webstrategien løbende i forbindelse med den aftalte ajourføring. Hvis der er ændringer i strategien, skal ændringerne godkendes af Chefforum.

## Brugeroplevelsen

Formålet for borgerne med at besøge hjemmesiden er, at uddanne sig og betjene sig selv. Derfor skal vi også måle på, om vi lykkes med at lave godt og informativt indhold. Her er det brugernes vurdering, der er afgørende.

- *Optimering af sider (Samarbejde med Bellmetric/Siteimprove/Cludo, der viser, hvilke sider på [www.rksk.dk](http://www.rksk.dk), der virker efter hensigten, og hvilke der ikke gør.)*

## Afrunding

Webstrategien er ikke statisk og skal derfor ajourføres **primo hvert år**, med henblik på at sikre fokus på nye muligheder og tilrette i forhold til teknologi samt nye behov og ændring i webstrategiens forudsætninger.

Ajourføring sker næste gang **primo 2018**.

## BILAG 1

**Arketyper**

Det er nemt at falde i en grøft, at redaktørerne skriver i "kommunesprog", men hjemmesiden er henvendt til borgerne og derfor er det vigtigt, at kommunikationen er målrette målgruppen, som er beskrevet med disse tre arketyper.

**Den nervøse bruger (30 %)**

**Bente, 60 år. Gift med Mads.  
Pædagog på 30 timer.**

Bente er 60 år og bor sammen med sin mand. Bente er uddannet pædagog og arbejder i en daginstitution.

Hun bruger computeren et par gang om ugen til at tjekke mail og Facebook og surfe på Internettet på nogle udvalgt gode sider.

Hun bruger Internettet til at surfe efter inspiration til hende hobby – blomsterbinding og kreative ide'er til haven.

Et par gange om året rejser de på ferie, hun finder et godt hotel, men lader manden stå for booking og betaling online. Hun er meget nervøs ved at komme til at lave en fejl og komme til at booke noget forkert eller miste pengene.

**Motivation/frygt**

Grundlæggende vil hun gerne bruge nettet, men synes det er bøvlet, og lidt svært. Hendes døtre hjælper hende engang imellem på nettet med tip til nye hjemmesider, som hun kan bruge til sin hobby.

**Scenarie**

Bente vil primært bruge hjemmesiden til at blive klogere og følge med. Når der skal bruges NemID eller Ebox, så skal hendes mand helt klare alle computeropgaverne.

**Den typiske bruger (50 %)****Jens 40 år, familie far og Klejnsmed**

Jens er 40 år og bor sammen med sin hustru, Mie, som i øjeblikket er sygemeldt med en depression. Mads er uddannet klejnsmed og arbejder i en produktionsvirksomhed.

Mads bruger computeren dagligt både privat og på arbejde. Han bruger computeren til at surfe på Internettet, læse mails og købe udstyr fra hele verden til hans motorcykel.

Han har ansvaret for familien økonomi, og klarer alle de praktiske ting med bank, kommune og det offentlige.

**Motivation/frygt**

Mads er tryk ved at bruge Internettet, og bruger det til kontakt med banken, og synes det både er hurtigere og nemmer med netbank og MobilePay.

**Scenarie**

Mads bruger kun Internettet, når der noget han skal, og da konen blev syg, var der pludselig en masse, der skulle ordnes på computeren, men han fandt hurtigt ud af det ved at prøve sig frem. Mads er flittig bruger af selvbetjening. Han står for alt med børnene og kommunen. Det er vigtigt for ham at det er hurtigt og nemt, for det er bare en opgave der skal løses hurtigst muligt.

**Den svage bruger (20%)**

**Anders 30 år, alenefar på kontakthjælp**

Anders er 30 år, alenefar til tvillingerne Michael og Michelle på 2 år. Anders har en HG, og var i nogle år ansat i butik, men blev sygemeldt og har senere mistet sit job.

Anders bruger primært computeren til Facebook og andre sociale medier. Han køber engang i mellem noget tøj på trendsales.

Han klarer selv alle de praktiske ting med bank, kommune og det offentlige.

**Motivation/frygt**

Anders læser og staver ikke så godt, men har grundlæggende tillid til computeren. Han synes dog, at det er nemmere at bruge computeren end at cykle ned i banken eller kommunen.

**Scenarie**

Han bruger hjemmesiden til søge vuggestue, dagpleje og ordne kontanthjælp.