

# Nyanländ kompetens



*Ett samverkansprojekt mellan Mora, Orsa och Älvdalens kommuner,  
Högskolan Dalarna och Arbetsförmedlingen*

## Handbok – Online

## Innehåll

1	Introduktion .....	1
1.1	Facebook och blogg - samspelet .....	1
2	Bloggen .....	2
2.1	Informationssida .....	2
2.2	Kompetenspresentationer .....	2
3	Facebooksidan .....	4
3.1	Inlägg .....	4
3.1.1	Kompetenspresentationer .....	4
3.1.2	Filmer .....	4
3.1.3	Positiva exempel .....	4
3.1.4	Informativa inlägg .....	5
4	Drift .....	6
4.1	Rutiner .....	6
4.2	Ansvar .....	6
4.3	Rutinsammanfattning .....	7

# 1 Introduktion

Syftet med denna handbok är att ge vägledning i arbetet med de två online-plattformar som finns inom kommunikationssatsningen Nyanländ kompetens. I handboken formuleras plattformarnas funktioner och hur de förhåller sig till varandra. Den ger även förslag på vilka olika sorters inlägg som ska publiceras på de två plattformarna och vem/vilka som ansvarar för plattformarnas drift.

De två online-plattformar som ingår i kommunikationssatsningen Nyanländ kompetens är en blogg och en Facebooksida. Båda heter *Nyanländ kompetens*.

En övergripande beskrivning av Nyanländ kompetens finns att läsa i introduktionsdokumentet.

## 1.1 Facebook och blogg - samspelet

Facebooksidan och bloggen är två olika typer av plattformar, vilka lämpar sig för delvis olika innehåll. På en blogg går det bra att skriva lite längre och mer utförliga texter, medan kortare och mer kärnfulla texter passar bättre på en Facebooksida.

På Facebook konkurrerar man med andra om att fånga användarnas uppmärksamhet då inläggen blir del av ett flöde. På en blogg är man ensam om att publicera innehåll och utmaningen är då att locka besökare till bloggen.

Bloggen för Nyanländ kompetens är tänkt att fungera som en enkel kompetensbank, medan Facebooksidan kommer att ha ett mer varierat innehåll. Bloggen kommer vara mer renodlad och endast innehålla presentationer av nyanländas kompetens. Facebooksidan kommer att användas både för att presentera nyanländas kompetens och för att marknadsföra satsningen Nyanländ kompetens.

De presentationer som publiceras på bloggen bör även publiceras på Facebook, men i en mer kortfattad version. De båda plattformarna bör även hänvisa och länka till varandra och informera besökarna om vad de kan finna på den andra plattformen.

## 2 Bloggen

På bloggen Nyanländ kompetens publiceras presentationer av nyanländas kompetens. Bloggen är tänkt att fungera som en enkel kompetensbank. Därför bör inläggen kategoriseras efter bransch, så att arbetsgivare lättare kan hitta den kompetens de söker.

Det bör finnas en presentationstext på bloggen med information om dess syfte, kontaktuppgifter och en länk till Facebooksidan. Det bör även framgå tydligt vilka det är som står bakom sidan.

### 2.1 Informationssida

På bloggen kommer det att finnas en informationssida. Där finns dels mer utförlig information om Nyanländ kompetens och dels information om att ta in nyanlända i sin verksamhet. Informationen handlar till exempel om vilka stöd som går att få från Arbetsförmedlingen och i texterna finns ett flertal länkar till olika informationssidor på Arbetsförmedlingens webbplats.

### 2.2 Kompetenspresentationer

Rubriken för varje inlägg där kompetens presenteras bör ange inom vilket yrke eller vilken bransch personen söker jobb. Inlägg där nyanländas kompetens presenteras kan se ut på många olika sätt och det är bra att variera dem, för att de ska bli mer intressanta för läsaren. Vissa uppgifter är dock alltid bra att ha med.

Uppgifter som alltid bör ingå:

- Namn
- Erfarenhet
- Vilken/vilka bransch/er personen är aktuell för
- Språk (vilka språk och på vilken nivå)
- Var personen söker jobb (Mora/Orsa/Älvdalen)

Uppgifter som kan vara bra att inkludera:

- Ålder
- Hemland
- Tid i Sverige
- Körkort
- Eventuella kunskaper i Office-paketet
- Personliga egenskaper
- Fritidsintressen

Hur inläggen med presentationer av kompetens ser ut kan, som sagt, variera. Detta är några enkla exempel som kan användas som mallar eller som inspiration.



*Det här är [namn]. [Hen] är [år] och kommer från [plats, land]. [Namn] är [egenskap] och [egenskap] och tycker om att [intresse]. I sitt hemland har [hen] jobbat med [yrke/n] och nu söker [namn] jobb inom [bransch]. [Namn] talar/förstår [nivå] svenska och talar även [språk]. [Hen] söker jobb i [Mora/Orsa/Älvdalen/samtliga] och skulle passa bra som t.ex. [yrke] eller [yrke].*

*Idag har vi träffat [namn] och pratat om [ämne]. I sitt hemland, [land], har [namn] arbetat som [yrke] och nu skulle [hen] vilja arbeta som [yrke] eller [yrke]. [Namn] talar/förstår [nivå] svenska och är [egenskap] och [egenskap]. [Hen] vill gärna jobba i [Mora/Orsa/Älvdalen/samtliga].*

*[Namn] kom till Sverige för [tid] sedan och har sedan dess [SFI/studier/jobb/praktik]. [Hen] skulle gärna jobba med [bransch/yrke] i [Mora/Orsa/Älvdalen/samtliga] och har erfarenhet från [bransch/yrke]. [Namn] talar/förstår [nivå] svenska och är [egenskap], [egenskap] och [egenskap].*

Presentationerna får gärna vara både personliga och informativa för att den som läser dem ska få en bild av vem personen är och vilka kompetenser hen har. Avsluta alltid inläggen med information om vem man ska kontakta om man är intresserad av att ta in personen i sin verksamhet.

Om den som söker jobb är bekväm med det är det bra om inlägget även innehåller en bild på personen.

## 3 Facebooksidan

På Facebooksidan Nyanländ kompetens publiceras de kompetenspresentationer som läggs upp på bloggen. Dessutom publiceras anpassade versioner av andra inlägg som görs på bloggen, samt filmer.

I beskrivningen av Facebooksidan bör syftet med sidan framgå. Där bör det även finnas en länk till bloggen och kontaktuppgifter till personer på kommunerna och Arbetsförmedlingen.

### 3.1 Inlägg

#### 3.1.1 Kompetenspresentationer

Presentationerna av nyanländas kompetens görs på bloggen, men länkar till dessa blogginlägg publiceras även på Facebooksidan. I inlägget på Facebooksidan bör det tydligt framgå vilken bransch personen är aktuell för. För att fånga läsarnas intresse kan det också vara bra att skriva en kortversion av blogginlägget på Facebooksidan. Man kan till exempel skriva en mening om vad personen har för tidigare erfarenhet och vilka språkkunskaper hen har.

#### 3.1.2 Filmer

Filmer och klipp är ett bra sätt att variera innehållet på Facebooksidan. Tänk på att filmer ofta slås på automatiskt *utan ljud* när personer scollar genom sitt Facebookflöde. Därför är det bra att använda kroppsspråk. Allra bäst är det om man har möjlighet att texta filmen, men det är mer tidskrävande. En bra guide till hur man kan texta filmer till Facebook finns här → [https://youtu.be/8zja\\_4BTHlc](https://youtu.be/8zja_4BTHlc).

Exempel på innehåll i filmer:

- Den jobbsökande presenterar sig med namn och berättar att det finns mer information om hen i inlägget.
- En kort intervju med den som söker jobb. Kompletterande skriftlig information finns i inlägget.
- Klipp från presentationer på t.ex. frukostmöten.

Om filmen innehåller ett klipp från en presentation kan det vara bra att ge lite skriftlig information om presentationen i inlägget. Till exempel var och när den hölls, vem som höll den och vad den handlade om.

På Facebook är det också möjligt att live-streama. Det kan vara ett bra sätt att dela presentationer från till exempel frukostmöten med fler än de som befinner sig på mötet. Filmen ligger kvar på sidan och går även att se i efterhand.

#### 3.1.3 Positiva exempel

En annan sorts inlägg som kan publiceras på Facebooksidan är positiva exempel på när nyanlända kommit in i företag för jobb eller praktik. Dessa kan vara i form av text eller video. Om man väljer text bör den kompletteras med en bild på arbetsgivaren och den nyanlända.

Innehållet i texten eller videon kan variera, beroende på hur arbetsgivarens och den nyanländas gemensamma resa har sett ut. Det som bör framgå är vilka personerna i bilden/videon är, vilken typ av anställning/praktik det rör sig om, vilka hinder de stött på, hur de tagit sig förbi dem och vad de tycker har fungerat bäst eller vad som varit de största fördelarna med anställningen. Det kan också vara intressant att ta reda på hur de ser på framtiden. Tänk på att förmedla både arbetsgivarens och den anställdas perspektiv. Det är också viktigt att komma ihåg att även om svårigheter eller hinder diskuteras i presentationen, så är själva tanken med inlägget att lyfta fram ett *positivt* exempel. Att lyfta eventuella svårigheter är viktigt för att skapa trovärdighet, men huvudbudskapet ska vara positivt.

#### 3.1.4 Informativa inlägg

Facebooksidan är en bra kommunikationskanal för sådant som rör Nyanländ kompetens och som man vill ska nå ut till näringslivet. Självklart ska man informera om aktiviteter som sker inom Nyanländ kompetens, men även annan information kan delas. Till exempel kan man dela arbetsmarknadsprognoser eller information om fördelarna med mångfald i organisationer. Skriv några korta, intresseväckande meningar om vad prognosen/artikeln/informationen handlar om och länka till en källa där det går att läsa mer. Genom Facebooksidan kan man göra informationen mer lättillgänglig för arbetsgivarna.

När man hänvisar till extern information är det viktigt att vara källkritisk och att säkerställa att materialet är relevant för Nyanländ kompetens. Det är bra med blandade inlägg, men inläggen måste alltid ha en tydlig koppling till Nyanländ kompetens. Innehållet riskerar annars att framstå som spretigt och Facebooksidans inriktning och profil blir otydlig.

Utöver information av det slags som nämnts ovan bör man även informera om kommande och genomförda aktiviteter inom Nyanländ kompetens. Detta är både bra för att hålla Facebooksidan aktiv och för att nå ut till näringslivet med information om aktiviteter inom Nyanländ kompetens, för att öka deltagandet.

## 4 Drift

I detta avsnitt presenteras rutinerna för hur online-plattformarna bör hanteras och förslag på ansvarsfördelning. Rutinerna är relativt flexibla och lämnar utrymme för de som ska sköta plattformarna att sätta upp egna rutiner sinsemellan.

### 4.1 Rutiner

Varje vecka publiceras (minst) 1–2 inlägg med en presentation av en Nyanländ kompetens på bloggen, vilket även publiceras på Facebooksidan. Utöver dessa inlägg publiceras också inlägg med information (t.ex. om evenemang), positiva exempel och videoklipp från till exempel 1-minutaren på Facebooksidan. Denna typ av inlägg publiceras i den mån material finns och hinner produceras, men gärna så ofta som möjligt. Försök att fördela inläggen jämnt över veckan för att skapa ett flöde. Undvik att publicera ett flertal inlägg i början av veckan för att sedan lämna sidan inaktiv resten av veckan.

En bra målsättning kan vara att publicera 40–80 kompetenspresentationer per termin. Detta för att skapa kontinuerlig aktivitet på bloggen och Facebooksidan, vilket gör dem mer intressanta och intresseväckande. Det är också bra att tänka på att det i vissa perioder råder lägre aktivitet i näringslivet och att intresset för att rekrytera då kan vara litet. Detta gäller till exempel under sommaren då det kan vara lämpligt att sänka aktiviteten på online-plattformarna i och med att det som publiceras troligtvis inte når ut till lika många som det i normala fall skulle.

Eventuella reaktioner bevakas löpande och vid behov besvaras eller hanteras kommentarer. Tempot är högt på sociala medier, vilket användarna förväntar sig. Det är därför viktigt att eventuella svar eller åtgärder inte dröjer för länge. Med det sagt är det dock viktigt att svar och åtgärder är väl genomtänkta. Ibland kan det vara bra att diskutera svaret med en kollega och i vissa fall bör man ta hjälp av kommunikationsavdelningen.

Med jämna mellanrum behöver informationen om bloggen och om Facebooksidan ses över för att säkerställa att kontaktuppgifterna är uppdaterade och att beskrivningarna av plattformarnas respektive syfte och funktion är korrekta.

### 4.2 Ansvar

Ansvar för Facebooksidan och bloggen delas av de tre kommunerna (Mora, Orsa och Älvdalen). Förslagsvis utser varje kommun två personer som representerar kommunen och är publicister på plattformarna. Totalt finns det då sex stycken publicister, varav två bör utses till huvudansvariga. De huvudansvariga har, utöver publicistansvaret, som uppgift att samordna övriga publicister och ha en överblick över Facebooksidan och bloggen.

Ansvar för att publicera inlägg med presentationer av nyanländas kompetens, fördelas efter ett rullande schema mellan de tre kommunerna. Det innebär att varje kommun presenterar minst en Nyanländ kompetens var tredje vecka. En kompetenspresentation i veckan är miniminivån och



ytterligare kompetenspresentationer uppmuntras. Så länge minst en Nyanländ kompetens presenteras varje vecka går det att vara flexibel med schemat och variera ansvarsfördelningen. För att ett mer flexibelt förhållningssätt ska fungera väl krävs dock god kommunikation och tydlig ansvarsfördelning. För att uppnå målet på 40–80 presentationer per termin krävs att kommunerna vissa veckor publicerar mer än en kompetenspresentation.

Ansvar för att inläggen som publiceras, fördelas jämnt över veckan delas av alla publicister. Innan ett inlägg publiceras bör man kontrollera när det senaste inlägget innan publicerades, för att säkerställa att inläggen inte kommer för tätt. Ett verktyg för att underlätta en jämn fördelning under veckan kan vara ett gemensamt schema där samtliga publicister skriver in sina planerade publiceringar. Kommunerna kan även komma överens om vilken veckodag veckans kompetenspresentationer ska publiceras om de upplever att det underlättar arbetet.

Den som publicerat ett inlägg ansvarar för den fortsatta hanteringen av det. Som tidigare nämnts kan det vara klokt, eller i vissa fall nödvändigt, att ta hjälp av kollegor eller kommunens kommunikationsavdelning. Publicisterna på Nyanländ kompetens online-plattformar bör självklart också hjälpa varandra.

Huvudansvariga för bloggen och Facebooksidan ansvarar för att se över informationen om plattformarna och för att denna uppdateras vid behov.

#### 4.3 Rutinsammanfattning

Rutiner	Ansvar
Publicera en Nyanländ kompetens i veckan.	Rullande schema mellan kommunerna. Varje kommun ansvarar för att posta minst en Nyanländ kompetens var tredje vecka.
Publicera inlägg med positiva exempel, information, eller klipp från presentationer.	Den som har material att publicera gör det. Försök att sprida inläggen någorlunda jämnt över veckan.
Bevaka och hantera inläggen och eventuella reaktioner på dem.	Den som publicerat ett inlägg ansvarar för att bevaka och hantera reaktioner.
Se med jämna mellanrum över beskrivningarna av online-plattformarna och kontaktinformationen.	Huvudansvariga för plattformarna ansvarar för att se över och uppdatera informationen.