



Indholdsfortegnelse

<i>1. Indledning</i>	2
<i>2. Definition og afgrænsning</i>	3
<i>3. Borgere og virksomheders brug af kommunikationskanaler</i>	4
<i>4. Hvad er strategien, og hvad betyder det for borgere og virksomheder?</i>	5
<i>5. Principper og mål for indsatsen</i>	6

Vedtaget af Kommunalbestyrelsen den 8. august 2012

Service – og kanalstrategi for Brøndby Kommune

1. Indledning

Brøndby Kommune ønsker gennem øget digitalisering at forny og effektivisere servicen til vores borgere og virksomheder. Vi vil bruge digitalisering til at sikre god kommunal service i en fremtid med snævre økonomiske rammer og færre hænder.

Service- og kanalstrategien udspringer af digitaliseringsstrategien for Brøndby Kommune, som Kommunalbestyrelsen vedtog i april 2012.

Hvor digitaliseringsstrategien overordnet beskriver hvordan Brøndby Kommune bliver i stand til at bruge digitaliseringen til at skabe mere effektiv og tidssvarende service, beskriver kanalstrategien hvordan Brøndby Kommune vil gøre de digitale henvendelseskanaler til det naturlige førstevalg for borgere og virksomheder.

Service- og kanalstrategien beskriver derfor, hvordan den digitale service kan gøres attraktiv for borgere og virksomheder, så henvendelserne bliver ledt derhen, hvor vi kan yde en omkostningseffektiv borgerservice samtidig med, at vi bibeholder kvaliteten og tager hensyn til borgerens behov.

Hvis de digitale kanaler skal være attraktive, er det for eksempel vigtigt at:

- Den digitale henvendelseskanal er nem at bruge
- Den digitale henvendelseskanal er tryk at bruge
- Den digitale henvendelseskanal er effektiv
- Den digitale henvendelseskanal er kendt

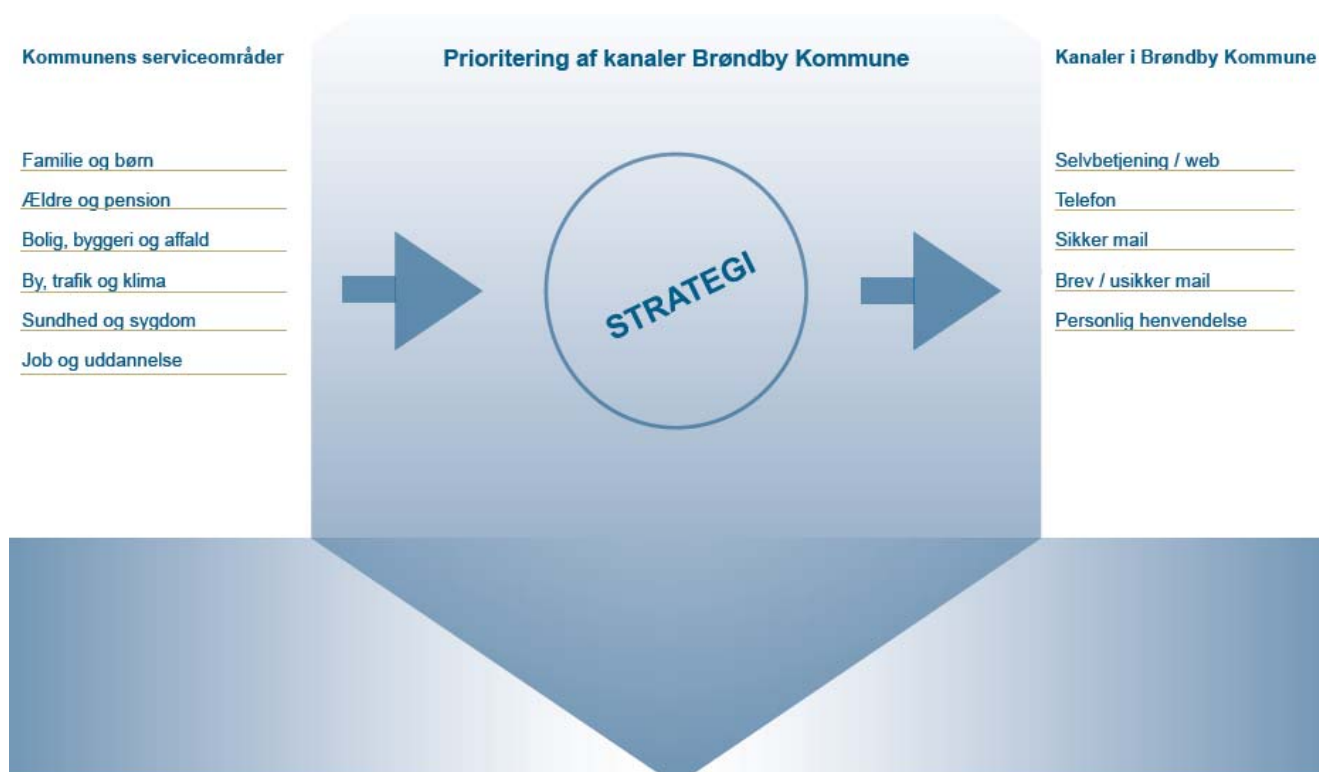
Service- og kanalstrategien skal yderligere sikre, at Brøndby Kommune lever op til de nationale digitaliseringskrav. Strategien er første udgave. Der udvikles hele tiden digitale løsninger, som giver Brøndby Kommune mulighed for at yde service på nye og anderledes måder. Det betyder nye muligheder men også nye krav og ny viden omkring borgernes adfærd. Det er derfor hensigten at strategien justeres løbende.

2. Definition og afgrænsning

En service- og kanalstrategi beskriver, hvordan vi sikrer en tilgængelig og kvalificeret borgerbetjening ved at udnytte de servicemuligheder, som teknologien og kommunikationskanaler stiller til rådighed. Strategien beskriver samtidig, hvordan Brøndby Kommune lever op til de fællesoffentlige krav om obligatorisk digital borgerservice, som vil blive udrullet frem mod 2015.

En kommunikationskanal er den kanal, som borgere, virksomheder og Brøndby Kommune benytter til kommunikationen med hinanden. Det kan være ved fysisk henvendelse, telefonisk henvendelse, ved brev sendt med posten eller ved digitale kanaler som ved mail, digital post, SMS, selvbetjening eller digital kommunikation i øvrigt via www.brondby.dk eller www.borger.dk.

Service- og kanalstrategien omhandler Brøndby Kommunes administrative borgerbetjening, og det strategiske fokus er derfor målrettet de dele af afdelingerne på rådhuset og på institutionerne, som varetager denne funktion.



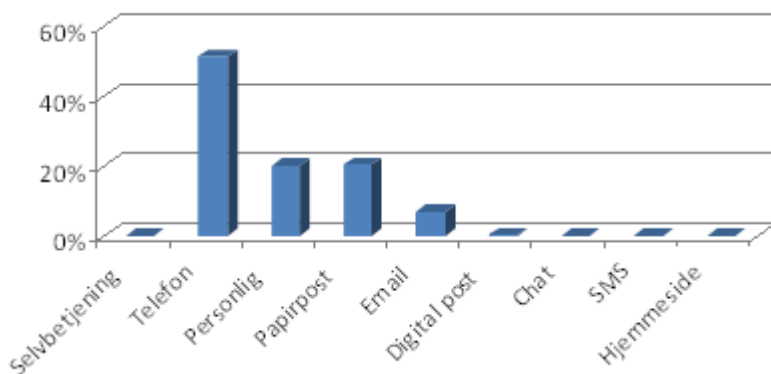
3. Borgere og virksomheders brug af kommunikationskanaler

Det er i øjeblikket ikke muligt at give et fuldstændigt billede af borgere og virksomheders henvendelsesmønster. Den seneste tælleuge Brøndby Kommune deltog i giver dog et foreløbig billede af henvendelsesmønstret for en del af serviceområderne. Men tallene er ufuldstændige, idet ikke alle områder har talt på alle kanaler.

For at få et overblik over borgere og virksomheders henvendelsesmønster deltager Brøndby Kommune derfor fremover fuldt ud i tælleugerne under Komhen. Samtidig vil der løbende blive arbejdet på at automatisere så stor en del af optællingen som muligt.

Opgørelsen af henvendelsesmønstret vil de kommende år blive et afgørende redskab til at sikre, at indsatserne prioriteres ud fra konkret viden om, hvilke kanaler borgere og virksomheder benytter. Optællingen vil ligeledes skulle bruges til løbende opfølgning og evaluering af de enkelte indsatser.

Figuren nedenfor illustrerer, hvordan opgørelsen af henvendelsesmønstret for en afdeling kunne se ud.



4. Hvad er strategien, og hvad betyder det for borgere og virksomheder?

Borgere og virksomheder vil frem mod 2015 opleve, at det på stadig flere borgerserviceområder vil blive obligatorisk at benytte digital selvbetjening. I praksis vil det via lovgivning blive obligatorisk at betjene sig selv for de borgere, der kan selv. Til gengæld har kommunen ansvaret for at tage hånd om de borgere, som ikke har mulighed for at betjene sig selv på nettet.

Efterhånden som de forskellige borgerserviceområder bliver gjort obligatorisk digitale vil Brøndby Kommune sikre, at borgere og virksomheder har adgang til de bedst mulige digitale løsninger, og at der er gode muligheder for at få hjælp til at betjene sig selv.

Nogle borgere i Brøndby er parate til de digitale tider, mens andre ikke er. De sidste skal vi selvfølgelig hjælpe. Men selvbetjening er til alles gavn. For jo flere borgere og virksomheder som betjener sig selv desto større mulighed har kommunen for at skabe et råderum der gør, at der bliver plads til andre nødvendige opgaver.

Der vil frem mod 2015 ske følgende:

- De digitale henvendelseskanaler vil sammen med telefonen udgøre de primære henvendelseskanaler.
- Mulighederne for at betjene sig selv vil kunne foregå på flere områder.
- Muligheden for at møde op personligt (uopfordret) vil blive indskrænket. På alle områder hvor borgeren kan betjene sig selv, skal borgeren som udgangspunkt betjene sig selv.
- Borgere og virksomheder vil kunne modtage telefonisk hjælp til selvhjælp.
- Borgere og virksomheder vil få mulighed for personlig hjælp til selvhjælp på rådhuset og på bibliotekerne.
- Borgere vil have mulighed for at modtage undervisning i digital selvbetjening.
- I takt med at de forskellige borgerserviceområder gøres "obligatorisk digitale" vil Brøndby Kommune sikre, at der på de pågældende områder er gode selvbetjeningsløsninger.
- Digital Post vil de kommende år erstatte en stor del af den nuværende dialog med almindelig post og mail.
- Borgere og virksomheder vil blive informeret om de områder, der gøres obligatorisk digitale samt om kommunens øvrige selvbetjeningsmuligheder.

5. Principper og mål for indsatsen

Brøndby Kommune ønsker at gøre de digitale kanaler til det naturlige førstevalg for borgere og virksomheder, når de vil i kontakt med kommunen.

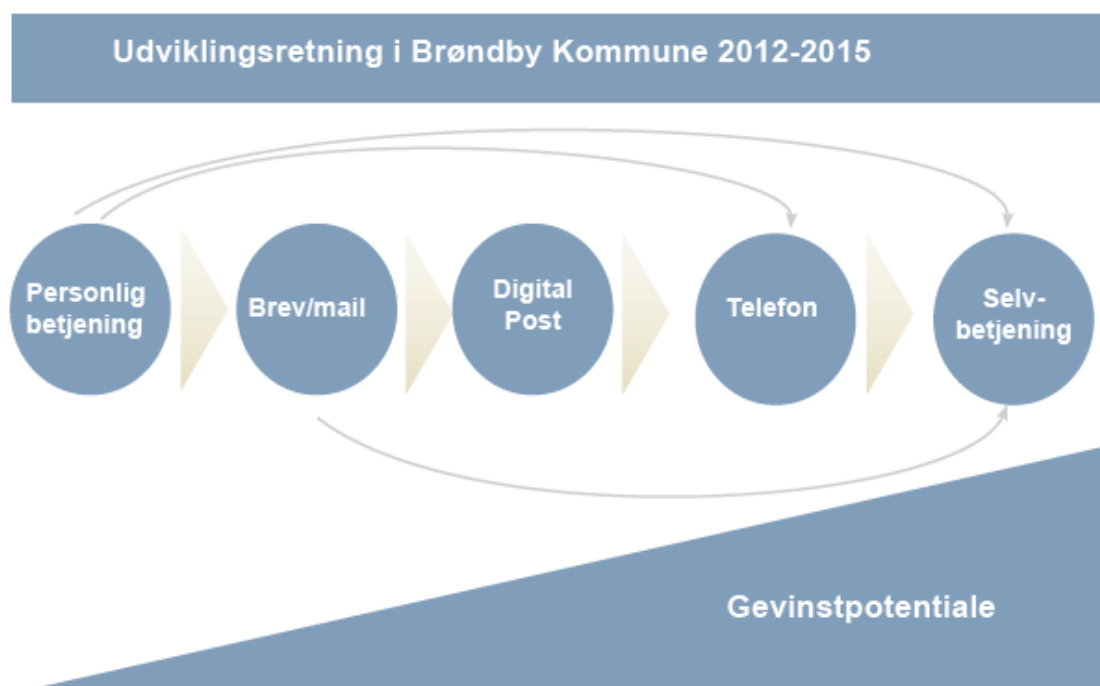
Service- og kanalstrategiens principper og mål for borgerbetjeningen i Brøndby Kommune er fundamentet for de konkrete indsatser, der skal iværksættes. Der ud over sætter strategien rammerne for den løbende tværgående koordinering og opfølgning på de forskellige indsatser og initiativer.

Fælles mål – fælles metode – lokal implementering

De enkelte afdelinger har det bedste kendskab til borgernes og virksomhedernes mulighed for at betjene sig selv digitalt, og det er derfor de enkelte forvaltninger og afdelinger, der har ansvaret for at igangsætte projekter, der kan forbedre den digitale service og få flere til at benytte de digitale kanaler. Dog skal tællværktøjet fra Komhen benyttes til at prioritering og opfølgning på projekterne. Yderligere skal den digitale koordinator orienteres om digitale projekter, med henblik på samordning med digitaliseringsgruppen og chefgruppen.

Borgernes behov og muligheder for at betjene sig selv er vidt forskellige, og der er derfor forskel på, hvor langt den enkelte afdeling kan komme med digitaliseringen. Samtidig er der stor forskel på, hvor gode og effektive de enkelte selvbetjeningsløsninger er på områderne.

Den digitale kanal er med andre ord ikke altid den mest oplagte til at give god og effektiv service. Den enkelte afdeling skal derfor løbende vurdere hvilken kanal, der mest effektivt giver god service. Dog skal afdelingerne følge udrulningen af obligatorisk digital service, samt arbejde ud fra kommunens overordnede prioritering af henvendelseskanaler. Princippet er her, at afdelingerne løbende forsøger at flytte kommunikationen med borgere og virksomheder mod kanaler til højre i figuren:



Fire principper sætter retningen for indsatsen

For at gøre den digitale kanal til borgernes og virksomhedernes naturlige førstevalg, har Brøndby Kommune valgt følgende principper for den fremadrettede indsats:

1. Princip: Den digitale kanal skal være nem

Det skal være nemt at bruge Brøndby.dk samt borger.dk til at betjene sig selv eller få relevant information. Brøndby Kommune vil derfor sikre gode selvbetjeningsløsninger til borgere og virksomheder. Først og fremmest på de serviceområder, hvor der bliver obligatorisk digital service, men også på områder, hvor der er mange borgere eller virksomheder, der vil kunne have gavn af selvbetjeningsløsninger.

2. Princip: Den digitale kanal skal være tryk

Borgere og virksomheder skal opleve, at de kan få hjælp til den digitale selvbetjening. Derfor har vi fokus på at skabe udstrakt medbetjening samt gode muligheder for undervisning i at betjene sig selv digitalt. Samtidig skal borgerne have sikkerhed for, at deres data behandles sikkert og i overensstemmelse med de fællesoffentlige standarder for datasikkerhed.

3. Princip: Den digitale kanal skal være effektiv

Den digitale kanal skal give borgeren effektiv service og sikre, at kommunen bruger færrest mulige ressourcer på at levere servicen. Derfor skal optimeringen af brugen af digitale værktøjer gøres til en integreret del af forvaltningernes dagligdag. Brøndby Kommune ønsker derfor at udvikle en fælles metode omkring de lokale indsatser. Dels for at sikre videndeling, dels for at sikre at indsatsen fokuseres og koordineres på tværs af forvaltninger.

4. Princip: Den digitale kanal skal være kendt

Den digitale kanal skal være kendt hos kommunens borgere, virksomheder og ansatte. For at sikre en større bevidsthed om de digitale muligheder blandt borgere og virksomheder, vil kommunen fremover være mere synlige omkring det digitale budskab. Både via kampagner og i den daglige interaktion med borgere og virksomheder.

Mål for Brøndby Kommune

Service- og kanalstrategien skal sikre, at vi når nedenstående mål for Brøndby Kommunes administrative borger- og virksomhedskommunikation. Målsætningen for brugen af digitale kanaler er fastsat med inspiration fra den fællesoffentlige-, fælleskommunale digitaliseringsstrategi samt Den fælleskommunale e2015-ambition. Opfølgningen og evaluering på indsatserne vil ske via optælling af borgerhenvendelser.

Mål for Brøndby Kommune

Ikke digitale kanaler

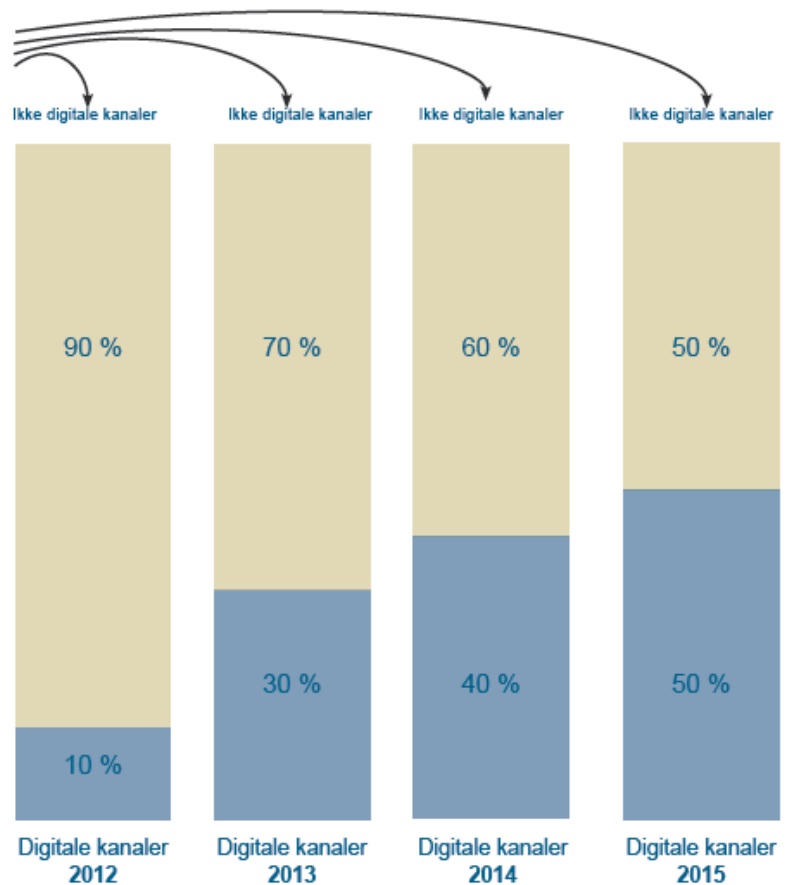
- Personlig
- Telefon
- Post

Digitale kanaler

- Digital info-søgning på hjemmesiden
- Digital selvbetjening
- E-mail
- Digital post
- Sms

Ikke Digitale kanaler

Digitale kanaler



Bilag 1.

Med udgangspunkt i principperne for, hvordan vi gør de digitale kanaler til borgere og virksomhedernes naturlige førstevalg, kan service- og kanalstrategien omsættes til følgende overordnede indsatser.

Princip: Den digitale kanal er nem

Overordnede initiativer	Konkrete initiativer	Hvornår
1. Hjemmesiden skal være overskuelig og brugervenlig og mest mulig indhold skal være identisk med borger.dk.	Der indføres intelligente forsider, så flest muligt hurtigst muligt finder det de søger på brøndby.dk Der udvikles en web-vejledning der viser, hvordan de enkelte sider på brøndby.dk og borger.dk bygges op, så brugeren ledes hen på den ønskede kontaktkanal. Der hentes mest muligt indhold fra borger.dk ind på brøndby.dk.	Opstartes 2012 og er fortløbende
2. Borgerne skal kunne benytte de bedst mulige selvbetjeningsløsninger på alle relevante områder.	Der implementeres selvbetjeningsløsninger på alle relevante områder. Primært på områder, der bliver gjort obligatorisk digitale.	Opstartes 2012 og er fortløbende

Princip: Den digitale kanal er tryk

Overordnede initiativer	Konkrete initiativer	Hvornår
3. Borgerne skal kunne ringe og få telefonisk hjælp, hvis de får problemer når de betjener sig selv på nettet.	Der uddannes digitale ambassadører, der kan medbetjene borgere og virksomheder via telefonen.	Opstartes 2012 og er fortløbende
4. Borgerne skal kunne få personlig medbetjening på rådhuset og på bibliotekerne.	Der uddannes floorwalkers, der kan yde personlig medbetjening til borgere på rådhuset og bibliotekerne.	Opstartes 2012 og er fortløbende
5. Borgerne skal have mulighed for at få web-undervisning om kommunens selvbetjeningsløsninger.	Bibliotekernes web-undervisning af borgere understøttes og målrettes mod selvbetjening. Der etableres samarbejde med kommunens frivillige organisationer m.fl. ift. undervisningsforløb til borgere om selvbetjening.	Opstartes 2012 og er fortløbende

Princip: Den digitale kanal er effektiv

Overordnede initiativer	Konkrete initiativer	Hvornår
6. Den lokale indsats tager udgangspunkt i konkret viden om borgernes henvendelsesmønstre via målinger.	Brøndby Kommune bruger tællerværktøjet fra KOMHEN som udgangspunkt for prioritering og opfølgning på arbejdet med at øge antallet af borgere og virksomheder, der benytter de digitale kanaler. Dels under KL's tælleuger, dels til løbende monitorering af henvendelsesmønstret på de enkelte serviceområder.	Opstartes 2012 og er fortløbende
7. Forvaltninger og afdelinger indgår i et forpligtende samarbejde om en tværgående prioritering og koordinering af den digitale indsats.	Der udvikles fælles retningslinjer for tværgående orientering og opfølgning af projekter, der via digitale redskaber forbedrer og effektiviserer servicen for borgere og virksomheder.	Opstartes 2012 og er fortløbende
8. Der udvikles en værktøjskasse, som de enkelte forvaltninger og afdelinger kan benytte i deres arbejde med at optimere den digitale kanal samt at få flere borgere og virksomheder til at benytte den.	<p>Der udarbejdes retningslinjer for, hvordan vi bruger de digitale kanaler i kontakten med borgere og virksomheder.</p> <p>Der udvikles et digitalt kodeks for, hvordan vi benytter de digitale redskaber.</p> <p>Der udvikles en web-vejledning der viser, hvordan de enkelte sider på brøndby.dk og borger.dk bygges op, så brugeren ledes hen på den ønskede kontaktkanal.</p> <p>Der udvikles en drejebog til den enkelte afdeling. Heri er der råd og vejledning om hvordan man optimerer den digitale kanal og flytter flest mulige borgere og virksomheder over på den.</p> <p>Der udarbejdes en vejledning til opsætning og brug af tællerværktøjet fra Komhen.</p>	Gennemført i løbet af 2012

Bilag 1 Service- og kanalstrategi for Brøndby Kommune.

<p>9. Der oprettes en Digital Taskforce, som kan vejlede og hjælpe de enkelte afdelinger ud fra værktøjskassen.</p>	<p>Den Digital Taskforce sikrer en tydelig og let tilgængelig støttefunktion til forvaltningernes digitaliseringsarbejde.</p>	<p>Gennemført i løbet af 2012</p>
<p>10. Medarbejdernes tekniske muligheder for medbetjening skal forbedres ved at etablere en kontaktcenterløsning.</p>	<p>Der foretages en vurdering af de organisatoriske forudsætninger, for at etablere en kontaktcenterløsning. Markedet undersøges for mulige kontaktcenterløsninger og den bedst egnede etableres.</p>	<p>Gennemført i løbet af 2012 / 13</p>
<p>11. Lean indgår som en naturlig del af bestræbelserne på at optimere den digitale kanal. Der udvikles vejledning til, hvordan lean fremover kan bidrage til en løbende optimering af den digitale kanal.</p>	<p>Der udvikles vejledning til, hvordan lean fremover kan bidrage til en løbende optimering af den digitale kanal.</p>	<p>Opstartes 2012 og er fortløbende</p>

Princip: Den digitale kanal er kendt

Overordnede initiativer	Konkrete initiativer	Hvornår
<p>12. Der udarbejdes kommunikationsplaner for de enkelte digitale forløb. Sideløbende kommunikerer det digitale budskab bredt ud.</p>	<p>Der udvikles en skabelon til udarbejdelse af kommunikationsplaner på de enkelte serviceområder. Der laves tværgående kampagner for de digitale muligheder i kommunen.</p>	<p>Opstartes 2012 og er fortløbende</p>