



Figur 1 DiVA:s logotyp

DiVA – Digitala vetenskapliga arkivet

Kommunikationsplan

Innehåll

1	Inledning och bakgrund.....	2
2	Syfte.....	2
3	Kommunikationsmål.....	2
3.1	Mål för den interna kommunikationen.....	2
3.2	Mål för den externa kommunikationen.....	2
4	Målgrupper.....	3
4.1	Interna målgrupper.....	3
4.2	Externa målgrupper.....	4
5	Målgruppsanalys.....	5
5.1	Intern kommunikation.....	5
5.2	Extern kommunikation.....	6
6	Kommunikationskanaler.....	6
6.1	Egna kanaler.....	6
6.2	Interna kanaler – målgrupp medlemmar i stämman.....	7
6.3	Interna kanaler – målgrupp specialister.....	7
6.4	Förtjänade kanaler.....	8
7	Kommunikationsmodell.....	9
8	Årsplan för kommunikationen.....	9

1 Inledning och bakgrund

DiVA är, nationellt sett, det mest använda systemet för registrering av publikationsdata med runt 50 anslutna organisationer som samarbetar inom DiVA-konsortiet. Antalet medlemmar i konsortiet har under senare år vuxit snabbt samtidigt som systemet utvecklats med ny funktionalitet, vilket i sin tur lett till ytterligare ökad användning. Det är tydligt att DiVA får en alltmer betydande roll som nationell nod för forskningspublikationer och behovet av effektiv kommunikation blir därmed allt viktigare.

Väl fungerande kommunikation för DiVA är viktigt med tanke på de 50 medlemmarna, och framför allt vid utveckling av nya funktioner i DiVA. Det är viktigt att konsortiets medlemmar, och särskilt dess DiVA-specialister, är väl informerade om och involverade i utvecklingen och förvaltningen av DiVA.

Styrgruppen har identifierat följande tre prioriterade målgrupper för kommunikationsplanen:

1. DiVA-specialister
2. Medlemmar i stämman
3. Nationella och internationella intressenter

2 Syfte

Kommunikationsplanen ska främst vara ett hjälpmedel för styrgrupp och förvaltningsledning för att kunna arbeta effektivt och enhetligt med kommunikation inom DiVA-konsortiet och underlätta samordning av kommunikationsinsatserna. Det övergripande syftet är att identifiera olika målgruppers behov samt tillgodose dessa med den information och kunskap som efterfrågas. Den interna kommunikationen är särskilt viktig under utvecklingsinsatser för DiVA.

3 Kommunikationsmål

Kommunikationsmålen baseras på konsortiets mål och visioner, samt förvaltningens löpande aktiviteter. De ska gälla internt inom konsortiet, men även externt med alla typer av intressenter/aktörer.

3.1 Mål för den interna kommunikationen

- Alla medlemmar känner till DiVA:s funktionalitet och tjänster.
- Proaktiv kommunikation som inbjuder till dialog och leder till engagerade medlemmar.
- God förståelse för vad som redan är planerat och beslutat om DiVA.
- Medlemmar kan regelbundet och lättillgängligt följa planerad utveckling.
- Intressenter ser nyttan och de positiva effekterna av DiVA-samarbetet.

3.2 Mål för den externa kommunikationen

- Information om DiVA finns lätt tillgänglig och ändamålsenlig för alla intressenter.
- Intressenter ser nyttan och de positiva effekterna av DiVA-samarbetet.
- Bilden av vad DiVA är ska kommuniceras i all utåtriktad kommunikation.
- Organisationer som vill bli medlemmar ska enkelt få information om hur detta går till.

4 Målgrupper

Följande interna och externa målgrupper har identifierats som relevanta med behov av information och kunskap om systemet DiVA och DiVA-konsortiet.

4.1 Interna målgrupper

Interna målgrupper	Varför målgrupp?	Vad önskar målgruppen?	Kommunikationsbehov
Specialister (hos medlemmarna)	Utsedd specialist av medlemmen. Arbetar aktivt med DiVA. Första linjens support vid den egna organisationen.	Delaktighet i utvecklingen. Information om uppdateringar, fel, metadatahantering, statistik. Utbyte med andra medlemmar.	Specialisterna ska kunna komma med input och ha en dialog. Budbärare vid den egna organisationen.
Medlemmar i stämman	Lokal systemägare	Information, resurseffektivitet, delaktighet.	Central position, behöver ha bra kännedom och möjlighet till input om DiVA:s styrning, ekonomi och utveckling.
Styrgrupp	Arbetar på uppdrag av stämman. Valda representanter för DiVA-konsortiet.	Få input från övriga intressenter för att kunna strukturera arbetet med DiVA så bra som möjligt.	Central roll. Behöver ha bra kännedom om DiVA för att fatta beslut om DiVA:s styrning, ekonomi och utveckling.
Produktägare/ Förvaltningsledare	Leder förvaltning och utveckling av DiVA. Prioriterar och beslutar om ärenden i förvaltnings- och utvecklingsgruppen.	Dialog med och feedback från andra intressenter, specialister samt medarbetare inom förvaltningsgruppen. Behöver få strategisk riktning för förvaltningsarbetet genom styrgruppen.	Central roll. Behöver få strategisk riktning i förvaltningsarbetet genom styrgruppen. Behöver veta vad andra viktiga intressenter tänker och vill ha. Kommunicerar även med specialister, förvaltningsgrupp och utvecklare.
Support	Support för medlemmarnas specialister. Deltar med specialistkunskap vid utveckling.	Dialog med specialistgruppen och förvaltnings- och utvecklingsgruppen.	Central roll. Behöver veta om frågor/aktiviteter från specialisterna, samt kunna nå dem på bra sätt för att kunna hämta och sprida information.
Medarbetare hos medlemmarna	Information om/hjälp med registrering, utsökningar, statistik i DiVA.	Vill använda systemet för registrering, utsökningar och statistik.	Behöver veta hur DiVA registreringen och utsökningar fungerar samt vilka andra system som

			är/kan bli kopplade till DiVA data.
--	--	--	-------------------------------------

Figur 2 Tabell över interna målgrupper

4.2 Externa målgrupper

Externa målgrupper	Varför målgrupp?	Vad önskar målgruppen?	Kommunikationsbehov
Forskare	Information och hjälp med registrering, utsökningar, statistik i DiVA.	Vill använda systemet för registrering, utsökningar, statistik och spridning av sina publikationer.	Behöver veta vad DiVA är, hur registrering och utsökningar fungerar samt vilka andra system som är kopplade till DiVA-data.
Studenter	Behöver veta hur man registrerar i DiVA, hitta uppgifter och kunna få svar på frågor.	Vill använda systemet för registrering och spridning av sina uppsatser.	Behöver veta hur DiVA registreringen och spridning fungerar.
Allmänheten	Nyttjandemöjligheter	Behöver veta vad DiVA är och kunna hitta information.	Tillgång till öppna vetenskapliga resurser.
Organisationer som använder andra system med liknande funktion som i DiVA.	Informationsutbyte om system, nyttjandemöjligheter.	Erfarenhetsutbyte, vill veta hur överföringar till deras system går till.	Information om systemet DiVA.
Ägare till och utvecklare av andra system med liknande funktion (kommersiella konkurrenter).	Veta att DiVA finns.	Information om DiVA.	Marknadsföringsinformation om DiVA.
Nationella aktörer som berörs av DiVA (exempelvis Kungliga Biblioteket).	Informationsutbyte om system, nyttjandemöjligheter.	Anpassningar för interoperabilitet med t.ex. SwePub	Information om DiVA:s digitala infrastruktur.
Organisationer som är intresserade av att bli medlemmar i konsortiet.	Aktuell information om DiVA, riktlinjer för medlemskap.	Behöver veta vad DiVA är och varför de ska välja DiVA.	Marknadsföringsorienterad information med tydlig information om vad det innebär att vara medlem.
Beslutsfattare på nationell nivå	Informationsutbyte, omvärldsbevakning.	Behöver veta vad DiVA är och vad DiVA kan.	Anpassad information till särskilda ändamål.

(lagar, regler, anvisningar).			
Ansvariga för andra söktjänster som hämtar data från DiVA.	Informationsutbyte om system, nyttjandemöjligheter.	Hämta information. Anpassningar för interoperabilitet.	Behöver veta vad DiVA är hur DiVA-registreringen och utsökningar fungerar samt vilka andra system som är kopplade till DiVA:s data.

Figur 3 Tabell över externa målgrupper

5 Målgruppsanalys

Det har gjorts en tydlig målgruppsanpassning för att undvika att kommunikationen blir för kostsam och ineffektiv. Därför är det nödvändigt att ringa in och prioritera primära potentiella målgrupper, och särskilja dessa från sekundära målgrupper. Den primära målgruppen definieras som intressenter med störst behov av information och är den som kommunikationsplanen riktar sig till i första hand.

5.1 Intern kommunikation

De interna målgrupperna, se föregående avsnitt, delas in i följande målgrupper:

- Medlemmar i stämman
- Specialister
- Styrgrupp
- Arbetsgrupper
- Förvaltning och support

Målgrupperna kopplar i första hand till tidigare beskrivna kommunikationsmål på följande sätt (kursiv stil markerar att målgruppen är sekundär, det vill säga är berörd men har lägre prioritet):

Målgrupp (interna)	Kommunikationsmål
Medlemmar, specialister	Alla medlemmar har den information de behöver
Medlemmar, specialister <i>styrgrupp</i>	Proaktiv kommunikation som inbjuder till dialog
Medlemmar, specialister, <i>styrgrupp, arbetsgrupper</i>	Engagerade medlemmar som återkopplar
Medlemmar, specialister, <i>styrgrupp, arbetsgrupper, förvaltning, support</i>	God förståelse för vad som redan är planerat och beslutat (vad DiVA är)
Medlemmar, specialister	Kommunikationen synliggör nyttan och de positiva effekterna av DiVA-samarbetet
Medlemmar, specialister, styrgrupp, arbetsgrupper, förvaltning och support	Gemensam målbild för konsortiets fortsatta förvaltning och utveckling

Figur 4 Tabell över kommunikationsmål för interna målgrupper

5.2 Extern kommunikation

De externa målgrupperna, se föregående avsnitt, behandlas som en heterogen målgrupp och innefattar egentligen flera olika målgrupper som inte förfinas i denna kommunikationsplan.

Kommunikationsmål för externa målgrupper
Information om DiVA finns lätt tillgänglig och ändamålsenlig för alla intressenter.
Kommunikationen synliggör nyttan och de positiva effekterna av DiVA-samarbetet.
Bilden av vad DiVA är – den är en tydlig självklarhet i all utåtriktad kommunikation.
Organisationer som vill bli medlemmar ska enkelt få rättvisande information om hur.

Figur 5 Tabell över kommunikationsmål för externa målgrupper

6 Kommunikationskanaler

Idag finns det stora skillnader vad gäller kunskap, insikter, engagemang och behov hos de olika målgrupperna. För att underlätta en bra matchning mellan målgrupp och budskap som tar hänsyn till dessa skillnader bör principen vara att differentiera och målgruppsanpassa kommunikationen. För att ytterligare öka träffsäkerheten bör olika kanaler användas för att nå respektive målgrupper.

En planerad och effektiv kommunikation förutsätter tydlighet när det gäller vilka kanaler som ska användas för kommunikationen med respektive målgrupp. Styrgruppen har identifierat tre typer av kommunikationskanaler: egna, interna och förtjänade.

Egna kanaler är de som DiVA-konsortiet eller respektive medlem själva bestämmer över.

Interna kanaler är de som arbetats fram inom DiVA-samarbetet.

Förtjänade kanaler kan också gynna DiVA-samarbetet, i synnerhet den linjekommunikation hos medlemmarna samt olika konferenser.

I nedanstående tabell sammanfattas de vanliga kommunikationskanaler som används, med en kortfattad formulering av syfte och specificering av berörda målgrupper.

6.1 Egna kanaler

Kanal	Syfte	Målgrupp
DiVA-portalen	Webbsida med publik sökfunktion i DiVA (och länk till extern webbplats med info om DiVA).	Externa Forskare och studenter
Lokala söksidor	Medlemmarnas egen startsida med sökfunktion och länkar.	Externa Forskare och studenter
Webbplats https://info.diva-portal.org/	Webbplats med information om DiVA-konsortiet och riktad info till medlemmar och specialister.	Externa Medlemmar Specialister Forskare och Studenter Styrgrupp Förvaltning och support

Figur 6 Tabell över egna kanaler

6.2 Interna kanaler – målgrupp medlemmar i stämman

Kanal	Syfte	Målgrupp	Ansvar/roller
E-post	Återkoppling från varje styrgruppsmöte samt övriga löpande frågor som styrgruppen bedömer vara av intresse för stämman. Stämman ska kunna följa styrgruppens arbete. Kallelse till årsstämman.	Stämman	Styrgruppen (via förvaltningsledare) Medlemmar i stämman ansvarar för att kontakta styrgruppen för att vid behov lyfta frågor.
Webbplats https://info.diva-portal.org/	Öppet tillgänglig information. Allmän information om DiVA och DiVA-konsortiet. Minnesanteckningar från styrgruppens och stämmans möten, samt styr- och arbetsdokument.	Stämman Styrgruppen Externa användare och intressenter Specialister	Styrgruppen Förvaltningsledare
Webbmöte	Kan erbjudas vid behov för t.ex. information om pågående utveckling eller andra frågor.	Stämman	Styrgruppen Förvaltningsledare
Årsmöte	Behandla budgetfrågor, strategiska och övriga aktuella frågor för konsortiet. Information om pågående utveckling.	Stämman	Styrgruppen Förvaltningsledare

Figur 7 Tabell över interna kanaler - målgrupp medlemmar i stämman

6.3 Interna kanaler – målgrupp specialister

Kanal	Syfte	Målgrupp	Ansvar/roller
Telefon/e-post (diva-support@ub.uu.se)	Alla ärenden (felanmälan, frågor, förändringsbegäran) kring DiVA anmäls via medlemmens DiVA-specialist som bemannar medlemmens lokala helpdesk.	DiVA-specialister	DiVA-specialist ansvarar för att meddela fel, lyfta frågor etc. enligt instruktion. Förvaltningens ansvar enligt överenskommen servicenivå (Servicekatalog för DiVA).
E-post (diva-forum@uu.se)	Listan har två huvudsyften: 1) Aktuell information från support och förvaltningsledning.	DiVA-specialister (bredare målgrupp, öppen för alla som arbetar med DiVA,	1)Förvaltningsledning och support ansvarar för att DiVA-specialister får den information de behöver.

		2)Kompetensutveckling, frågor som rör publiceringsrutiner i DiVA, allmänna forskningsstödsfrågor etc.	utöver de formellt utsedda DiVA-specialisterna).	2) Alla på listan har ett ansvar att svara och dela med sig av sina erfarenheter till andra i e-postlistan.
DiVA:s webbplats		Information om hur DiVA används (lathundar, manualer, statistik, release notes etc.)	Medlemmar som jobbar med DiVA och övriga intresserade. Öppen för alla.	Förvaltning/support ansvarar för uppdatering.
Webbmöten		Aktuella frågor, praxisfrågor, ny utveckling, undervisning och handledning i DiVA-funktionalitet.	DiVA-specialister, eller arbetsgrupper av DiVA-specialister, samt andra med behov av kunskap om DiVA.	Förvaltning och medlemmar. DiVA-specialister och förvaltning kan föreslå webbmöten med särskilda teman.
DiVA-forum (kan vara webbmöte eller fysisk träff)		Aktuellt från förvaltningsledning. Erfarenhetsutbyte, kompetensutveckling. Diskussion och input.	DiVA-specialister (bredare målgrupp, öppen för alla som arbetar med DiVA, utöver de formellt utsedda DiVA-specialisterna).	Förvaltningsledning tillsammans med medlem som organiserar. DiVA-specialister kan föreslå särskilda teman och bidrag.

Figur 8 Tabell över interna kanaler - målgrupp specialister

6.4 Förtjänade kanaler

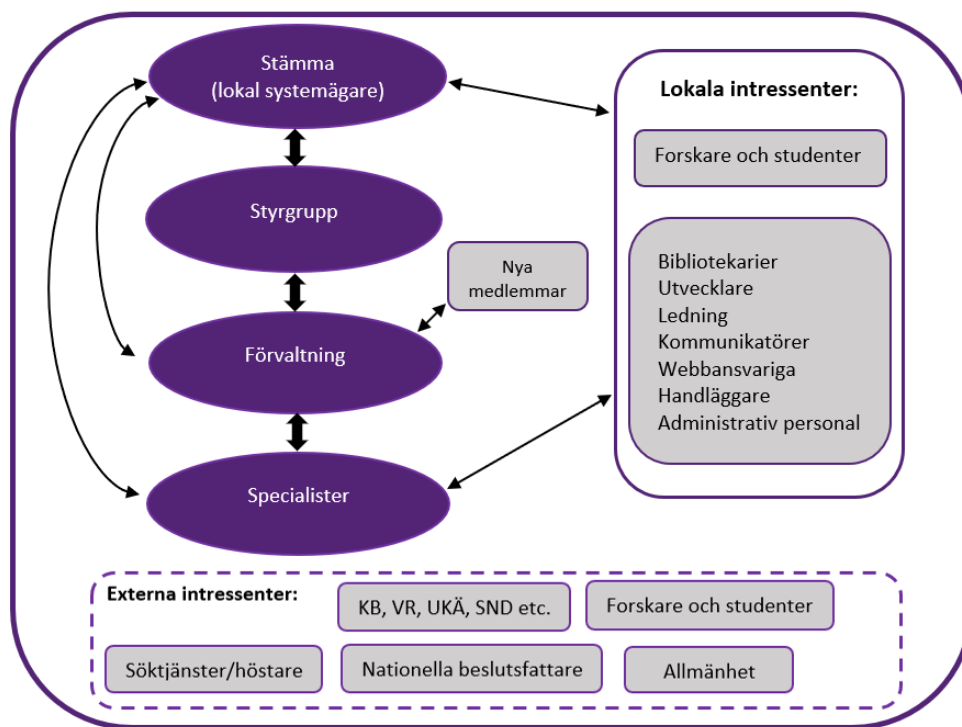
Kanal	Syfte	Målgrupp
SwePub-träffar och referensgrupper	För input och nätverk	Externa Förvaltning och support
Konferens Open Repositories	För input och nätverk (juni)	Externa Medlemmar Specialister Förvaltning och support
Konferens/mötesdagar Open Access-veckan	För input och nätverk Synliggöra DiVA som öppen publiceringsplattform	Externa Medlemmar Specialister Förvaltning och support

Medlemmars linjekommunikation (ledningsinformation, nyhetsbrev, personaltidningar m.m.), studentintroduktioner samt kommunikation med samarbetsparter.	För input och nätverk Synliggöra DiVA som öppen publiceringsplattform	Externa Medlemmar Specialister
--	--	-----------------------------------

Figur 9 Tabell över förtjänade kanaler

7 Kommunikationsmodell

Kommunikationsskissen nedan är en något förenklad modell som sammanfattar kommunikationsvägarna. Den ska tydliggöra sambanden och underlätta anpassningen av arbetet utifrån rollfördelningen som visas.



Figur 10 Bild över kommunikationsvägar mellan konsortiets parter och intressenter

8 Årsplan för kommunikationen

För att få en överblick över nödvändiga kommunikationsinsatser under ett år finns en årsplan. I tabellen nedan beskrivs återkommande insatser och forum som sätter vissa händelser i ett kommunikativt sammanhang. Utöver kommunikationsinsatser i årsplanen genomförs regelbundet möten och erfarenhetsutbyten inom t.ex. DiVA-praxisgrupp samt mellan specialister via e-postlistan diva-forum@uu.se.

När	Syfte	Målgrupp	Ansvar/roller	Kanal
Regelbundet under året	Information inför nya releaser, information om ny utveckling m.m.	Medlemmar Specialister	Förvaltningsledare Support Systemutvecklare	E-post + webb + webbmöte vid behov

Vårtermin	Redovisning av statistik från föregående år.	Stämman Specialister	Förvaltningsledare Support	E-post + webb
	Fakturering av årsavgift	Medlemmar (ekonomi)	Ekonomi (Uppsala) Förvaltningsledare	E-post
	Sammanställa årsberättelse. Förbereda övriga underlag till stämman.	Stämman Specialister	Styrgrupp Förvaltningsledare	E-post
	Styrgruppsmöte Ca 2 ggr/termin	Styrgrupp	Förvaltningsledare	E-post + webbmöte/ fysiskt möte
	Dokumentation från styrgruppsmöte	Styrgrupp Medlemmar	Förvaltningsledare	E-post + webb
	Kallelse och underlag till stämman	Stämman	Styrgrupp Förvaltningsledare	E-post
	Program och inbjudan till vårens DiVA-forum	Specialister	Medlem som ordnar Förvaltningsledare Support	E-post + webb
	Årsstämma	Stämman	Styrgrupp Förvaltningsledare	Webbmöte/ fysiskt möte
	Minnesanteckningar, dokumentation från stämman	Stämman	Förvaltningsledare	E-post + webb
	DiVA-forum	Specialister	Medlem som ordnar Förvaltningsledare Support	Möte på plats hos någon medlem
	Sammanfattning från DiVA-forum	Specialister	Förvaltningsledare	E-post + webb
	Hösttermin	Planera datum för höstens DiVA-forum	Specialister	Förvaltningsledare
Inbjudan och program för DiVA-forum		Specialister	Förvaltningsledare Support	E-post + webb
Styrgruppsmöte 2 ggr/termin		Styrgrupp	Förvaltningsledare	E-post + webbmöte/ fysiskt möte

	Dokumentation från styrgruppsmöte	Styrgrupp Medlemmar	Förvaltningsledare	E-post + webb
	DiVA-forum	Specialister	Förvaltningsledare Support	Webbmöte
	Sammanfattning från DiVA-forum	Specialister	Förvaltningsledare	E-post + webb
	Förvaltningsplan och budget för kommande år fastställs	Styrgrupp	Förvaltningsledare	E-post + webb + UU: s diarium

Figur 11 Tabell över årsplan för kommunikationen