OPPDRAGSBESKRIVELSE

Kommunikasjonstjenester for Bypakke Sandefjord

1. Bakgrunn

Bypakke Sandefjord skal bidra til et bærekraftig, effektivt, brukervennlig og trygt transportsystem for innbyggere og næringsliv. I byområdene skal veksten i persontransporten i størst mulig grad tas med kollektivtransport, sykkel og gange.

Kommunikasjon er et sentralt virkemiddel for å gjøre tiltakene kjent, forståelige og relevante. Kommunikasjonen skal synliggjøre hvordan konkrete tiltak påvirker hverdagen, bidra til kunnskap og tillit og motivere flere til å velge miljøvennlige transportformer.

Høsten 2026 har Bypakke Sandefjord prøvd ut korte filmer bygget rundt en gjenkjennelig «pakke»-idé. Filmene har presentert konkrete tiltak, blant annet sykkelstativer, benker og nye busser, og er distribuert i sosiale medier og på kino. Oppdragsgiver ønsker å videreføre og videreutvikle dette konseptet som del av et mer langsiktig og helhetlig kommunikasjonsløp.

2. Formål med oppdraget

Oppdraget skal styrke Bypakke Sandefjords evne til å planlegge, produsere og evaluere tydelig og målrettet kommunikasjon. Leverandøren skal bistå med både strategisk rådgivning og praktisk innholdsproduksjon.

Arbeidet skal bygge på gjeldende kommunikasjonsstrategi for Bypakke Sandefjord og bidra til å:

- skape felles forståelse for Bypakke Sandefjords rammer, ambisjoner og innhold
- bygge kunnskap om og tillit til prosjektet
- synliggjøre konkrete tiltak og forbedringer for gange, sykkel og kollektivtransport
- gjøre sammenhengen mellom tiltakene og målene for mobilitet, byutvikling, klima og miljø forståelig
- skape engasjement og motivasjon for miljøvennlige transportvalg
- sikre åpen, aktiv, forståelig og målgruppetilpasset kommunikasjon
- bruke måling og erfaring til å forbedre kommunikasjonen underveis

3. Målgrupper og kommunikasjonstilnærming

Innbyggere i Sandefjord kommune er den viktigste målgruppen. Kommunikasjonen skal ta utgangspunkt i innbyggernes hverdag og vise hva tiltakene betyr for dem som går, sykler, reiser kollektivt, kjører bil eller oppholder seg i berørte områder.

Andre relevante målgrupper er næringsliv, politikere og myndigheter, tilreisende og media. Målgrupper, budskap og kanalvalg skal vurderes konkret for det enkelte tiltaket eller kommunikasjonsløpet.

Leverandøren skal legge vekt på kommunikasjon som er:

- konkret, enkel og lett å forstå
- gjenkjennelig og helhetlig på tvers av tiltak og kanaler
- relevant for mottakerens situasjon og behov
- åpen om både fordeler, ulemper, usikkerhet og praktiske konsekvenser

- egnet til å skape dialog, engasjement og deling
- universelt utformet og skrevet i klarspråk

4. Oppdragets innhold

Leverandøren skal kunne levere en kombinasjon av rådgivning, konseptutvikling, innholdsproduksjon, kanaltilpasning og evaluering. De konkrete aktivitetene prioriteres i samarbeid med oppdragsgiver ut fra handlingsplan, aktuelle tiltak og tilgjengelig budsjett.

4.1 Planlegging og kommunikasjonsfaglig rådgivning

- bidra til en årlig aktivitets- og publiseringsplan med prioriterte tiltak, målgrupper, budskap, kanaler og tidspunkt
- utarbeide korte og praktiske kommunikasjonsplaner for utvalgte tiltak, kampanjer og milepæler
- gi råd om målgrupper, budskap, kanalvalg, timing og hensiktsmessig ressursbruk
- bidra til å identifisere kommunikasjonsmuligheter og utfordringer tidlig i prosjekt- og tiltaksutviklingen

4.2 Hensynta «pakke»-konseptet i videre produksjon

- forholde seg til uttrykket og erfaringene fra 2026
- Eksempel: produsere korte filmer til sosiale medier, kino, nettsider og andre relevante flater
- Andre typer tiltak, formater er aktuelle og utarbeides i samarbeid
- Kanal – og publiseringsstøtte

4.5 Måling, evaluering og læring

- foreslå konkrete og målbare kommunikasjonsmål for større tiltak og kampanjer
- følge opp relevante indikatorer, for eksempel rekkevidde, visninger, fullføringsgrad, engasjement og trafikk til nettsider
- evaluere gjennomførte aktiviteter og anbefale forbedringer
- bidra til at erfaringer dokumenteres og brukes i den videre planleggingen

5. Forventede leveranser og aktivitetsnivå

Oppdraget skal gjennomføres innenfor den til enhver tid tilgjengelige økonomiske rammen. Leverandøren skal foreslå et realistisk aktivitetsnivå og bidra til å prioritere de aktivitetene som forventes å gi størst kommunikasjonseffekt.

Oppdraget forventes å omfatte:

- oppstart og årlig planlegging av kommunikasjonsaktiviteter
- flere hovedproduksjoner eller sammenhengende kommunikasjonsløp gjennom året
- løpende mindre innholdsleveranser og rådgivning knyttet til aktuelle tiltak
- jevnlig status på aktiviteter, ressursbruk og resultater
- årlig evaluering med anbefalinger for videre arbeid

Omfanget skal være fleksibelt
Behovet vil variere mellom år og mellom tiltak. Noen produksjoner kan være enkle og gjennomføres raskt, mens andre krever mer planlegging. Det er derfor viktigere med god prioritering og tydelig effekt enn et fast antall filmer eller kampanjer.

6. Arbeidsform og samarbeid

Oppdraget skal gjennomføres i tett samarbeid med kommunens kommunikasjonsressurser. Leverandøren skal ha en proaktiv arbeidsform, men oppdragsgiver fastsetter prioriteringer, hovedbudskap og endelig godkjenning av innhold.

Arbeidsformen skal kjennetegnes av:

- fast og oversiktlig kontakt mellom oppdragsgiver og leverandør
- korte planleggings- og statusmøter etter behov
- tydelige avklaringer av formål, målgruppe, leveranse, fremdrift og ressursbruk før oppstart av større aktiviteter
- løpende rådgivning og evne til å håndtere oppdrag som oppstår gjennom året
- effektiv bruk og videreutvikling/tilpasning av eksisterende materiell og konsepter
- god koordinering med kommunens og samarbeidspartnernes øvrige kommunikasjon

7. Faglige og praktiske krav til leveransen

Leveransene skal holde høy kommunikasjonsfaglig og teknisk kvalitet og være egnet for offentlig kommunikasjon. Leverandøren skal særlig ivareta følgende:

- Kommunens grafiske profil og Bypakke Sandefjords visuelle identitet skal følges.
- Språket skal være klart, korrekt og tilpasset målgruppen.
- Digitalt innhold skal utformes i tråd med gjeldende krav til universell utforming. Film skal som hovedregel tekstes.
- Personvern, samtykker og forsvarlig behandling av personopplysninger skal ivaretas i planlegging og produksjon.
- Faktainnhold og budskap skal kvalitetssikres i samarbeid med oppdragsgiver før publisering.
- Innholdet skal kunne tilpasses og gjenbrukes i relevante kanaler og formater.
- Leverandøren skal kunne gjennomføre møter og produksjon i Sandefjord ved behov.
- Leverandøren skal opptre nøytralt og profesjonelt og ha forståelse for kommunens rolle som offentlig myndighet og Bypakke Sandefjord som et samarbeid mellom flere offentlige aktører.

Grunnlag for oppdraget

Gjeldende kommunikasjonsstrategi for Bypakke Sandefjord skal legges til grunn for arbeidet. Strategien suppleres av konkrete kommunikasjonsplaner, prosjektinformasjon, handlingsplaner og prioriteringer som oppdragsgiver gjør tilgjengelig underveis.