

# Biobank Sveriges gemensamma biobanksdokumentation

## Kanaler

### Inledning

Kanaler är en del av Biobank Sveriges kommunikationsstrategi. Kanaler är de olika vägar för information och kommunikation som Biobank Sverige använder sig av för att nå ut till och kommunicera med sina interna och externa målgrupper. De kan vara muntliga, tryckta eller digitala.

Kanalerna ska samspela i ett kommunikationssystem där respektive kanal stärker helheten och bidrar till en sammanhållen avsändare. Systemet för kommunikation ska stötta ett tvåvägsflöde mellan avsändare och mottagare. Generellt gäller att Biobank Sverige använder de kanaler som är bäst lämpade för att nå målen för varje kommunikationsinsats.

Kanalerna ska stärka och utveckla Biobank Sveriges varumärke genom att öka förtroendet och kunskapen hos målgrupperna forskning, allmänhet och personal. Det är viktigt att den information som efterfrågas är lätt att hitta i våra kanaler.

Utvecklingen går mot att digitala kanaler ersätter tryckt information i allt större utsträckning. Tryckt information i form av foldrar, brev och affischer är viktiga i vissa sammanhang. För en effektiv och aktuell kommunikation, som främjar en hållbar utveckling, ska vi alltid fråga oss om trycksaker/pappersutskick är nödvändiga. Oavsett kanalval ska vi alltid hänvisa till och lyfta våra digitala kanaler.

### Biobank Sveriges kanaler

Biobank Sverige har en gemensam webbplats [biobanksverige.se](http://biobanksverige.se). Den är huvudkanal för den externa och interna kommunikationen. Webbplatsen riktar sig till allmänhet, personal och



forskare och innehåller regionernas och universitetens samlade information, stöddokument och mallar på biobanksområdet. Den tillhandahåller bland annat gemensamt fastställt informationsmaterial och gemensamma lathundar, dokument och mallar. Den ger information om aktuella händelser, konferenser och utbildningar samt juridiska och etiska frågeställningar inom biobanksområdet samt erbjuder tjänsten fråga-svar. Biobank Sverige kommunicerar även bland annat via nyhetsbrev, tryckt informationsmaterial, regionala webbplatser, e-post, projektplatsen, möten och sociala medier. Sociala medier kompletterar och stärker övriga kanaler. Riktlinjer för Biobank Sveriges närvaro på sociala medier finns i dokument **U6. Sociala medier Biobank Sverige**.

Biobank Sveriges kanaler ska ha ett professionellt, modernt och attraktivt uttryck. Vi möter våra målgrupper i de kanaler där de vill bli mötta. Visuella uttryck som bilder och film får utrymme. Vi utvärderar löpande effekten av aktiviteter i våra kanaler.

KANAL	MÅLGRUPP	SYFTE	KOMMUNIKATIONSMÅL
Webbplatsen biobanksverige.se	Alla målgrupper (allmänhet, forskning akademisk/industriell och personal).	Webbplatsen biobanksverige.se är huvudkanal för Biobank Sveriges information. Informationen ska vara lättillgänglig, på mottagarens villkor och klarspråk ska användas. Det är en samlad plats för bland annat information om biobankning och varför prov sparas, gemensamma dokument, samverkan Biobank Sverige, nyheter samt aktuella utbildningar och konferenser. Här publiceras artiklar med exempel på klinisk forskning där biobanksprover används. Webbplatsen ska vara en ingång till Sveriges resurser inom biobankning.	Stärka målgruppernas förtroende, engagemang och kunskap inom biobankning. De gemensamma dokumenten bidrar till igenkänning och skapar en sammanhållen bild av den nationella samverkan inom Biobank Sverige. Målgrupper möts av likadana dokument oavsett var i landet de befinner sig. På webbplatsen beskrivs samverkan Biobank Sverige och dess infrastruktur på ett begripligt sätt.
Regionala och sjukvårdsregionala webbplatser	Främst personal forskning/vård, men även allmänhet.	Det är önskvärt att parter inom samverkan Biobank Sverige tydligt hänvisar till biobanksverige.se från sina regionala webbplatser.	Bidra till att öka kunskapen om samverkan Biobank Sverige och dess huvudkanal biobanksverige.se.
Nyhetsbrev	Personal forskning/vård, och personer på beslutsfattande nivå.	En kanal där aktuella händelser och erbjudanden inom biobanksområdet från hela Sverige lyfts.	Stärka målgruppernas förtroenden och engagemang samt förmedla kunskap inom biobankning.

Tryckt information	Alla målgrupper (allmänhet, forskning akademisk/industriell och personal).	Korrekt, lättillgänglig och relevant information anpassad till trycksakens målgrupp. Avsändaren Biobank Sverige är tydlig.	Utöka målgruppernas kunskap inom biobankning.
Nationell Biobankskonferens	Främst personal forskning/vård, men även allmänhet, näringsliv och patientorganisationer.	En mötesplats för forskare och personal från hälso- och sjukvård, akademi och näringsliv som arbetar inom eller intresserar sig för biobanksområdet. Dagar med möjlighet att utbyta kunskap, bygga nätverk och diskutera biobanksfrågor.	Stärka målgruppernas förtroende, engagemang och kunskap inom biobankning. Skapa goda relationer, bygga nätverk och utbyta erfarenheter. Lyfta Sveriges styrkor som forskningsland inom biobanksområdet.
Kurser, utbildningar och konferenser.	Personal forskning/vård och patientorganisationer.	En kanal för att sprida kunskap inom området biobankning. Biobank Sverige ska vara synliga och medverka på relevanta kurser, utbildningar och konferenser. Det gäller även internationella konferenser.	Utöka kunskapen om Biobank Sverige och biobanksområdet. Skapa goda relationer, bygga nätverk och utbyta erfarenheter. Lyfta Sveriges styrkor som forskningsland inom biobanksområdet.
Twitter	Alla målgrupper (allmänhet, forskning akademisk/industriell och personal).	Lyfta fram det som publiceras på biobanksverige.se så att våra målgrupper hittar till vår huvudkanal, webbplatsen.  En arena där Biobank Sverige kan bidra till och bevaka samhällets samtal inom biobankning och klinisk forskning. Synliggöra talespersoner, forskare och experter inom biobankning.	Utöka målgruppernas kunskap och engagemang. Lyfta Sveriges styrkor som forskningsland inom biobanksområdet. Öka trafiken till Biobank Sveriges huvudkanal biobanksverige.se.
LinkedIn	Alla målgrupper (allmänhet, forskning akademisk/industriell och personal).	Lyfta fram det som publiceras på biobanksverige.se så att våra målgrupper hittar till vår huvudkanal, webbplatsen. En kanal för att förmedla regionala, nationella och internationella händelser och nyheter inom biobankning. Lyfta fram utbildningar och konferenser. Beskriva Biobank Sverige och dess infrastruktur. Synliggöra talespersoner, forskare och experter inom biobankning.	Utöka målgruppernas kunskap och engagemang. Visa och lyfta Sveriges styrkor som forskningsland. Öka trafiken till Biobank Sveriges huvudkanal biobanksverige.se

E-post	Alla målgrupper (allmänhet, forskning akademisk/industriell och personal).	En kanal för kommunikation.	Stärka målgruppernas förtroende och kunskap. Skapa goda relationer.
Gemensamt presentationsmaterial och gemensamma mallar	Personal forskning/vård.	Förmedla en sammanhållen bild av Biobank Sverige och dess infrastruktur.	Utöka målgruppernas kunskap.
Projectplace	Personal (i det här fallet aktivt verksamma inom Biobank Sverige).	En gemensam webbaserad projektplats där aktivt verksamma inom Biobank Sverige kan ta del av och dela dokument.	Öka målgruppens kunskap, delaktighet och engagemang. Bidra till en ökad "vi"-känsla. Aktivt verksamma inom Biobank Sverige kan fungera som ambassadörer.
Information om aktuella händelser och beslut som fattas inom Biobank Sverige. Lämpliga kanaler är utskick, protokoll och möten.	Personal (i det här fallet aktivt verksamma inom Biobank Sverige).	Ett väl fungerande kommunikationssystem. Ansvar för kommunikationen följer organisationsmodellen.	Öka målgruppens kunskap, delaktighet och engagemang. Bidra till en ökad "vi"-känsla. Aktivt verksamma inom Biobank Sverige kan fungera som ambassadörer.
Personliga möten	Alla målgrupper (allmänhet, forskning akademisk/industriell och personal).	En kanal för ömsesidig kommunikation.	Stärka målgruppernas förtroende och kunskap. Skapa goda relationer.
Möten <i>Exempel Arbetsutskott 1 (AU1), Arbetsutskott 2 (AU2), Arbetsutskott 3 (AU3), Beredningsgruppens samordningsgrupp, Biobankssamordnar-seminarium, nationella arbetsgrupper, sjukvårdsregionala möten och projektmöten.</i>	Personal (i det här fallet aktivt verksamma inom Biobank Sverige).	Aktivt verksamma inom Biobank Sverige träffas i olika arbetsgrupper, på kurser, konferenser och utbildningar. Kompetensutveckling. Informera om aktuella händelser och beslut inom samverkan Biobank Sverige och biobanksområdet.	Utöka målgruppens kunskap, delaktighet och engagemang. Mötena möjliggör erfarenhetsutbyte. Bidra till en ökad "vi"-känsla. Aktivt verksamma inom Biobank Sverige kan fungera som ambassadörer.

## Förtjänade kanaler

Förtjänade kanaler är press, radio, tv samt influencers inom sociala medier som vill berätta om Biobank Sveriges verksamhet ur olika aspekter. Det kan också vara att andra relevanta verksamheter som tangerar biobanksområdet vill lyfta Biobank Sverige i sina kanaler.

## Köpta kanaler

Köpta kanaler kan vara annonser, artiklar i tidningsbilagor och köpta tjänster på sociala medier. Generellt gäller att Biobank Sverige är restriktivt med att använda sig av köpta kanaler, särskilt där effekten är svår att mäta i förhållande till kostnaden.