

Webbstrategi vid Linköpings universitet

Ny LiU-webb 2015

Detta dokument ersätter Riktlinjer för webbpublicering Beslut 2002-02-07, Dnr LiU 892/02-14.

Innehåll

Inledning.....	4
Digital webbnärvaro	4
Webbstrategi	4
Visioner	4
Webbplatsens syfte och effektmål.....	6
Lätt att hitta rätt	7
Utbildning	7
Forskning.....	8
Samverkan.....	9
Ansvar och organisation.....	10
Ansvar för webbplatsen	10
Webborganisation	11
Legala krav, riktlinjer och tillgänglighetsanpassning.....	11
Innehåll	12
Externt innehåll.....	12
Externa målgrupper	13
Nyckelinnehåll.....	13
Varumärke och grafisk profil.....	13
Språk.....	13
Klassificering av innehåll	14
Sök- och hittbarhet.....	15
Integrerat innehåll/datakällor.....	15
Tekniska ställningstaganden.....	16
Teknisk plattform för LiU:s nya webbplats	16
Domännamn.....	16
Mobil tillgänglighet	16
Kampanjer	16
Neutrala sajter	17
Konferenser	17
Testning av funktioner på liu.se	17
Uppföljning och utvärdering.....	17
Relaterade dokument.....	18

Förord

Detta dokument utgör utgångspunkten för utvecklingsarbetet för LiU:s webbplats under 2015. Styrgruppen för projektet Ny LiU webb 2015 har godkänt dessa strategiska ställningstaganden och rekommendationer vid styrgruppsmötet den 2 juni 2015. Webbstrategin ersätter dokumentet ”Riktlinjer för webbpublicering Beslut 2002-02-07, Dnr LiU 892/02-14”.

Föreliggande version av webbstrategin är av nödvändighet utförlig för att projektets ställningstaganden ska kunna byggas under och förklaras. Webbstrategin kompletteras med arbetsdokumentet *Riktlinjer för innehåll* som behandlades vid styrgruppsmötet den 24 februari 2015.

Webbstrategin är i första hand avsedd att stödja utvecklingsarbetet och uppbyggnaden vad gäller LiU:s nya externa webbplats. Ett projekt för att ta om hand om den interna informationen för medarbetare på LiU-webben har genomförts och en förstudie för studentwebben är under planering.

I uppdraget ingår även att föreslå en ny organisation för webbarbetet vid LiU. Detta är en viktig förutsättning för att LiU:s nya webbplats ska fungera ändamålsenligt och effektivt. För att nå målen i webbstrategin måste innehållet tas fram och utformas utifrån övergripande syften, visioner och användningsmål därför behöver även förslaget till ny webborganisation processas vidare.

2015-06-03

Mariethe Larsson
Kommunikationsdirektör

Inledning

Digital webbnärvaro

En komplett webbnärvaro innebär att befinna sig i ett ”digitalt ekosystem” av olika kanaler för kommunikation och interaktion på webben. För att kunna dra nytta av detta och navigera rätt måste Linköpings universitet ha en genomtänkt strategi för sin externa webbplats och för andra digitala kanaler, så som sociala medier, intern kommunikation (internwebb/intranät, studentportal) och lärmiljö (Lisam). I detta förslag till universitetets webbstrategi ligger fokus på den externa webbnärvaron på LiU:s webbplats liu.se. Vad gäller användningen av sociala medier finns redan riktlinjer beslutade för Linköpings universitet.

Webbstrategi

För Linköpings universitet innebär webbstrategin en medveten, långsiktig plan för hur universitetet ska använda webben som stöd för att uppnå sina mål. Webbstrategin ska tillgodose besökarens behov och universitetets mål, målen ska dessutom i möjligaste mån vara mätbara. Målen måste följas upp, mätas och utvärderas för att kunna se om de uppfylls och om webben ger avsedd nytta och effekt.

Webbstrategin fungerar som ett beslutsunderlag för ledningen och en guide för verksamheten och för dem som ska utforma och utveckla universitetets webbnärvaro. Tillsammans med dokumentet *Riktlinjer för innehåll* beskriver webbstrategin hur universitetets webbplats ska byggas och utvecklas.

För webbstrategin samt ändringar och uppdateringar av den, ansvarar kommunikationsdirektören.

Visioner

Nedanstående visioner beskriver grundtankarna för LiU:s externa webbplats och hur arbetet med att utforma och utveckla denna ska bedrivas.

En övergripande vision gäller för hela webbplatsen liu.se:

Attrahera – inspirera – engagera

Webbplatsen ska attrahera och inspirera besökarna att tillsammans med Linköpings universitet ta sig an samtidens utmaningar.

Till denna fogas ytterligare fem grundläggande principer:

A: Webbplatsens innehåll ska vara målgruppsanpassat och tillförlitligt.

”Rätt innehåll för rätt besökare”

LiU:s webbplats har ett målgruppsanpassat innehåll där besökarna snabbt och enkelt hittar fram till just det innehåll eller den funktion som de behöver. Väl där känner de tillit och trygghet i att ha kommit rätt. Vi känner våra besökare och deras behov så väl att vi till och med kan tipsa om och lotsa till innehåll och kontakter de själva inte visste att de ville ta.

B: Webbplatsen ska erbjuda besökaren korta kontaktvägar till rätt personer och verksamheter.

”Lätt att ta rätt kontakt”

LiU:s webbplats erbjuder tydliga och personliga kontaktvägar in till verksamheten anpassade utifrån var på webbplatsen besökaren befinner sig. Besökare som vill ta det första steget till utbyte med Linköpings universitet ska lätt kunna ta rätt kontakt, oavsett om det handlar om studier, forskningssamarbete eller en framtida anställning. Medarbetarna presenteras i sitt sammanhang och fungerar som kontaktnoder och ingångar. Det ska alltid finnas en möjlighet att få hjälp att bli lotsad rätt.

C: Med berättande innehåll fångar vi besökarens intresse, attraherar och skapar engagemang.

”Berättelser om universitetets verksamheter, studenter och medarbetare som inspirerar till engagemang”

Linköpings universitet är sina ambitiösa studenter och nytänkande medarbetare, sin världsledande forskning och sina attraktiva utbildningar. Våra besökare får se det verkliga universitetet med alla dess utmaningar och verksamhet som pågår just nu. De kan identifiera sig med människorna som finns där och bli inspirerade av dem som förebilder, vilja börja studera eller se dem som framtida kollegor. Levande berättelser ger besökarna en känsla av att vara på plats och att själva vilja delta.

D: Webbplatsen ska erbjuda möjligheter att testa nyskapande webblösningar i skarpt läge.

”Nya lösningar för framtidens webb”

På LiU:s webbplats vågar vi testa nya vägar för att tillgodose besökarnas behov, såväl befintliga som framtida. Förnyelse är en ledstjärna både för webbplatsens innehåll som med annorlunda grepp lyfter fram medarbetare och verksamhet på ett inspirerande sätt, och för ny teknik som tillämpas när det är motiverat och fyller sitt syfte. Vi testar och experimenterar, gärna i samarbete med universitetets utbildning och forskning. Resultatet är en webbplats som ligger i framkant och som skiljer sig från traditionella universitetswebbar.

E: Innehållshanteringssystemet (CMS) ska erbjuda webbredaktörer det stöd som behövs för att kunna arbeta effektivt.

”Ett smart arbetssätt med en smart webb”

LiU:s webbplats är till för besökarna på utsidan men också konstruerad för att stödja och inspirera webbredaktörerna på insidan. En intuitiv, snabb och användarvänlig publiceringsmiljö med fungerande arbetsflöden, checklistor, stöd online och andra ändamålsenliga verktyg hjälper redaktören att arbeta effektivt. Sammantaget ger det utmärkt kontroll av vilket innehåll som ska skapas, när det ska skapas och hur, men också vem som ansvarar för det. I kombination med en genomtänkt förvaltningsmodell ger den smarta webben förutsättningar för motiverade och engagerade webbredaktörer som känner sig trygga i en informationssäker hantering av innehåll.

Webbplatsens syfte och effektmål

Webbplatsen ska stödja universitetets verksamhetsmål och strategier, så som de uttrycks i strategikartan. För att tydliggöra kopplingen mellan verksamhetens kommunikationsbehov och besökarnas behov och förväntningar finns fyra effektmål definierade (se nedan). Dessa effektmål fokuserar på utbildning, forskning, samverkan samt på det som berör alla områden, nämligen ”lätt att hitta rätt”. Till detta kommer att webbplatsen ska stödja de strategiska

ställningstaganden universitetsledningen gör för att lyfta fram prioriterade forskningsområden eller utbildningar.

De prioriterade effektmålen skapar både användarnytta för besökaren och verksamhetsnytta för LiU. Varje effektmål bryts ned till en uppsättning mer konkreta mål, så kallade användningsmål, vilka utgör ramverket för LiU:s nya webbplats. För att veta hur väl de uppsatta målen uppfylls måste man kunna mäta effekten och därför har ett antal mätområden formulerats i anslutning till varje effektmål. Mätområdena kan enklast beskrivas som områden man vill förbättra och de definierar vad som ska följas upp och utvärderas. För att veta hur man ska mäta, utvecklas så kallade mätpunkter vilka beskriver värdet av det som ska förändras.

Mätning och uppföljning är ett fortlöpande arbete som sker i nära samarbete mellan Kommunikations och marknadsavdelningen och webbredaktörer ute i organisationen. Mätområden och mätpunkter definieras i särskilda dokument.

Lätt att hitta rätt

Effektmål 1: Besöken på LiU:s webbplats ska vara effektiva och tillförlitliga.

För att besökarna ska vara nöjda med sitt webbplatsbesök gäller det att de hittar det de behöver på webbplatsen och att deras ärende går att uträtta. För att vinna besökarens förtroende och visa att Linköpings universitet är en trovärdig avsändare behöver informationen vara korrekt, konsekvent och enhetlig och besökaren ska känna sig trygg med att denne hittat rätt och all relevant information.

Utbildning

Effektmål 2: Lyfta fram Linköpings universitets utbildningsutbud på ett konkurrenskraftigt sätt för att guida studenter att göra ett välinformerat studieval.

Enligt strategikartan ska universitetet attrahera och examinera eftertraktade studenter och doktorer för ett hållbart samhälle i en föränderlig värld genom att utveckla profilen av ett program- och campusuniversitet med innovativa, utmanande och studentaktiva utbildningar.

Ett av den externa webbens syften är att rekrytera studenter till universitetets utbildningar. Alla utbildningar ska presenteras på svenska samt på undervisningsspråket. Kurser och program som erbjuds en extern målgrupp ska presenteras i den framtida ”utbildningswebben”. Information om programkurser ska finnas i anslutning till respektive program och det ska tydligt framgå om en kurs är en programkurs och att det inte är möjligt att bli antagen till den separat.

LiU:s webbplats följer etiska riktlinjer för studentrekrytering fastställda av SUHF – Sveriges universitets- och högskoleförbund 2013-03-21. Kortfattat innebär de att på sakliga grunder ge tydlig, relevant och korrekt information till presumtiva studenter.

Ställningstaganden kring kurssidor, kurshemsidor och kursgivning

Utifrån uppbyggnad och struktur av den nya liu.se kommer webbplatsen inte att fungera som lagringscentral för olika dokument eller ärendehantering. Istället bör i så stor utsträckning som möjligt andra system användas för att lagra information om t.ex. kurser och program som sedan presenteras på extern eller intern webb, såsom redovisats i webbprojektets analys av övergripande informationsstruktur för LiU-webben.¹

Program- och kursspecifik information hämtas ur den universitetsgemensamma utbildningsdatabasen Bilda. Vidare ska det ges möjlighet att visa upp viss information från kursrum i Lisam.² I den fullt utbyggda nya externa webbplatsen ska inga kurshemsidor finnas. Kursgivning sker i Lisam eller under en övergångsperiod i lösenordsskyddade kurshemsidor då detta är verksamhetskritiskt.

Forskning

Effektmål 3: Skapa engagemang för LiU:s forskning på ett trovärdigt och attraktivt sätt.

Enligt strategikartan ska Linköpings universitet skapa och sprida forskningsresultat med internationell genomslagskraft genom att stärka och utveckla internationellt slagkraftiga forskningsmiljöer som även tar ansvar för utbildning och samverkan. Detta bland annat genom att ha en attraktiv akademisk miljö och en offensiv strategisk rekrytering.

För att stödja universitetets strategiska mål behöver webben visa upp LiU:s konkurrenskraftiga forsknings- och utbildningsmiljöer i syfte att presentera ett attraktivt professionellt sammanhang för presumtiva medarbetare och samarbetspartners.

Forskningskommunikationen på LiU:s webb kan sammanfattas till två huvudspår:

1. att vara ett verksamhetsstöd för LiU:s verksamma forskare för att kunna samverka, kommunicera och positionera sig i forskarvärlden,
2. att besökaren ska kunna ta del av kunskap, resultat och forskningens nyttiggörande genom en populärvetenskaplig forskningskommunikation.

¹ I denna utredning föreslås en särskilnad mellan "kurssidor" och "kurshemsidor" – dvs information om LiU:s utbildningar respektive information som rör kursgivning.

² Ett utvecklingsarbete pågår under 2015 för att öppna utpekade delar av kursrummen i Lisam för extern visning. Ett utvecklingsarbete pågår även för att integrera visning av information i den gemensamma utbildningsdatabasen Bilda på såväl extern som intern webb.

Dessa betecknas som ”akademisk forskningskommunikation” respektive ”populärvetenskaplig forskningskommunikation” och riktar sig till skilda målgrupper, men har i praktiken en överlappning vad gäller målgrupp.

Samverkan³

Effektmål 4: Skapa engagemang för LiU:s forskning och stärka konkurrenskraften i LiU:s utbildningsutbud genom att visa fram samhällsnyttan och goda resultat av samverkan.

LiU:s strategikarta pekar ut att universitetet ska bidra till en samhällsutveckling baserad på kunskap genom att vidareutveckla och stärka samverkan⁴ med det omgivande samhället. Den externa webbplatsen har här stor potential att attrahera, inspirera och konkret guida till samverkan med Linköpings universitet.

Linköpings universitet fyller en viktig funktion i det omgivande samhället och vice versa. Verksamhetens forskningsresultat får en avgörande betydelse för såväl samhällsutvecklingen i stort som för enskilda medborgares vardagliga liv. Genom att lyfta fram både forskningsresultat i sitt rätta sammanhang och göra det tydligt och enkelt hur och på vilka områden det omgivande samhället kan samverka med LiU, kan universitetet positionera sig i samhället och visa på nyttiggörande av forskning och annan verksamhet. Vidare ska det tydligt framgå hur samverkansdimensionen är en ömsesidigt berikande del i våra utbildningar och i forskningen.

Innehåll med relevans för samverkan på den externa webbplatsen har i huvudsak tre dimensioner.

1. **FORSKNINGSKOMMUNIKATION:** Att i sitt rätta sammanhang på ett attraktivt och begripligt sätt förklara och skapa förståelse för forskningens betydelse på olika områden. Ett viktigt medel i detta är att lyfta fram berättelser som visar forskarnas ansträngningar och människornas glädje över den samhällsnytta resultaten bidrar till.
2. **NYTTIGGÖRANDE:** Att på ett strukturerat sätt redovisa för våra uppdragsgivare vilken effekt forskningsinsatserna vid Linköpings universitet har inom olika områden och inom vilka vi är särskilt starka. Samhällsnytta av

³ I detta dokument används begreppet ”samverkan” för att sammanfatta all den verksamhet som normalt inkluderas i uppdraget att nyttiggöra verksamhetens resultat såväl ur kommersialiseringsaspekt som vad gäller kompetensutveckling och kunskapsspridning.

⁴ Exempel på samverkan är forsknings- och utvecklingsarbete i samarbete med näringslivet, affärsutveckling av idéer och forskningsrön från studenter och forskare vid universitetet, nätverkande och kunskapsspridning, samverkan med skolor och studentprojekt.

vår forskning och utbildning efterfrågas i allt högre grad och webbplatsen ska svara upp mot den efterfrågan.

3. **KONTAKT:** Att erbjuda tydliga ingångar till presumtiva samverkanspartners, oavsett om de på sikt mynnar ut i långvariga samarbetsprojekt eller kortare studentuppdrag. Även här kan berättande innehåll attrahera, inspirera och förklara hur ett lyckat samarbete kan starta.

Ansvar och organisation

Ansvar för webbplatsen

Kommunikationsdirektören (KD) är genom delegationsordning ytterst ansvarig för universitetets externa webbplats, samtligt innehåll och arbetet med webbplatsen. KD har också huvudansvaret för universitetets externa såväl som interna kommunikation. Kommunikations- och marknadsavdelningen ansvarar för att samordna, leda, styra, utveckla och förvalta universitetets webbplats, webbarbetet och webborganisationen. Avdelningen har också ett långtgående ansvar när det gäller att tillhandahålla stöd för dem som arbetar med LiU:s webb.

IT-direktören har det yttersta ansvaret i de fall tillämpning av lagar och förordningar kräver tekniska lösningar. IT-avdelningen ansvarar för att webbpubliceringsverktyget och andra webbrelaterade system fungerar och uppfyller de krav och behov som finns för att verksamheten ska fungera. IT-avdelningen ansvarar för att tillhandahålla resurser och sammanhållen struktur för att stödja teknisk förvaltning och utveckling av den externa webbplatsen.

Fakulteterna har huvudansvaret för presentation av universitetets grundutbildning och forskarutbildning för en extern målgrupp. Detta görs i dialog med institutionerna. Vid behov kan ansvaret delegeras till institutionerna. Vad gäller den populärvetenskapliga presentationen av forskningen vid LiU är huvudansvaret delat mellan forskningskommunikatörer på KOM och fakulteterna. Dessa rådgör med institutionerna som tillhandahåller informationen.

Institutionerna/motsvarande har huvudansvaret för innehållet på medarbetarsidor och tillhörande forskningsverksamheter (ovan kallat "akademisk forskningskommunikation"). För institutionsövergripande forskningsverksamhet utses ansvarig för verksamhetens presentation.

Biblioteket ansvarar för försörjning, tillgängliggörande och presentation av informationsresurser utifrån grundutbildningens, forskarutbildningens och forskningens behov. I detta ligger även att medverka till att sprida och synliggöra LiU: s forskning.

Ansvar för framtagande och förvaltning av innehållet på webbplatsens olika delar fördelas enligt delegation till verksamhetsansvarig (dekan, prefekt, eller motsvarande) för respektive fakultet/institution eller motsvarande. Detta ansvar

kan sedan delegeras vidare i organisationen.

Styrgruppen för projektet Ny LiU webb 2015 ansvarar för att en fortsatt beredning av ansvarsfrågorna sker.

Webborganisation

En förutsättning för en framgångsrik webbplats, som skapar avsedd effekt och tillgodoser besökarnas behov, är att det finns en professionell och effektiv webborganisation och förvaltning som kan producera ett innehåll av hög kvalitet samt utveckla och förvalta webbplatsen.

I webborganisationen ska kompetens kring kommunikation och digitala medier vara hög och förhållningssättet professionellt. Det ska finnas klargjorda webbroller/-funktioner med beskrivna arbetsuppgifter, ansvar och befogenheter och de ska vara kända i verksamheterna på universitetet.

Kommunikation och samarbete över verksamhetsgränser ska underlättas och säkerställas. Arbets sättet utvecklas och förbättras i publiceringsverktyget genom arbetsflöden och stöd via checklistor och manualer. Webborganisationen ska fokusera på universitetets strategiska mål, webbstrategin och behovs- och målgruppsanpassning.

Webbredaktören utgör en nyckelkompetens i verksamheten och ska vara ett stöd för fakultetens/institutionens/motsvarande ledning i webbkommunikationsfrågor. En kompetensprofil för uppdrag i den professionella och effektiva webborganisationen har utformats och uppdraget benämns i denna som "kommunikatörer med stark webbkompetens". Detta uppdrag finns utförligare beskrivet i ett separat dokument, "Inriktningsbeslut: Webborganisation vid Linköpings universitet" som beslutats i styrgruppen för projektet Ny LiU-webb 2015.

Legala krav, riktlinjer och tillgänglighetsanpassning

Allt innehåll på LiU:s webbplats ska följa målgruppsanpassning, legala krav, tillgänglighetsanpassning och riktlinjer som är uppsatta för webben.

För att universitetet ska uppnå målet att kvalitetssäkra innehåll där LiU som myndighet följer gällande lagar/förordningar/rekommendationer måste de som hanterar innehåll efterleva de legala krav som är tillämpliga vid publicering på internet. Det gäller exempelvis upphovsrätt, personuppgiftslagen, offentlighets- och sekretesslag. För statliga myndigheter finns dessutom ytterligare ett antal lagar att förhålla sig till, bland annat arkivlagen, språklagen och förordning som styr tillgänglighetsanpassning.

Universitetet ska följa E-delegationens riktlinjer för webbutveckling. Därigenom uppfyller LiU också de krav som ställs på en statlig myndighets webbplats vad gäller

såväl lagar och förordningar som tillgänglighetsanpassning och användbarhet.⁵

Ansvar för att gällande lagar följs vid hantering av innehåll på LiU:s webbplats ligger hos respektive fakultets/institutions/motsvarande verksamhetsansvarig (prefekt, dekan, avdelningschef eller motsvarande). Arbetsuppgiften (men ej ansvaret) kan delegeras till verksamhetens webbredaktör. För varje enskild webbsida, dokument eller motsvarande ska det finnas en innehållsansvarig enligt E-delegationens riktlinjer. Ytterst vilar ansvaret för webbplatsens innehåll på kommunikationsdirektören. I de fall tillämpning av lagar och förordningar kräver tekniska lösningar, har IT-direktören det yttersta ansvaret.

Det utpekade ansvarsförhållandet mellan innehållsansvarig, webbredaktör (eller motsvarande), verksamhetsansvarig, kommunikations- och IT-direktör som syftar till att säkerställa att de legala kraven efterlevs, börjar gälla från lansering i november 2015. Senast 2016-12-31 ska allt innehåll associerat till LiU:s webbplats följa de identifierade lagarna, förordningarna och rekommendationerna.

LiU:s webbplats ska spegla universitetets mångfald när det kommer till jämställdhet, genus, etnisk och religiös mångfald, tillgänglighet och delaktighet för personer med funktionsnedsättning, sexuellt likaberättigande samt likvärdig behandling oavsett ålder eller könsöverskridande identitet/uttryck.

Innehåll

Externt innehåll

All information som vänder sig till externa parter och målgrupper ska ligga på LiU:s externa webbplats och ha Linköpings universitet som tydlig avsändare. Information som har en tydlig intern målgrupp (både anställda och befintliga studenter) ska hanteras i student- respektive internwebb/intranät.⁶ För information som har en ”mixad” målgrupp måste ett ställningstagande göras vad gäller vem informationen primärt riktas mot.

Här finns angränsande system för bland annat ärende- och dokumenthantering, kursgivning, administration och publicering som nås via eller presenteras via webben och som måste definieras var de hör hemma i informationsstrukturen.

⁵ Se även internationella standarden för tillgänglighet Web Content Accessibility Guidelines (WCAG 2.0 nivå AA).

⁶ En förstudie om intranät har genomförts under december 2014 – feb 2015 och delar av funktionerna hos ett intranät för de anställda föreslås vara klara att börja användas under 2016. Motsvarande arbete för LiU student (=insidan för studenter) inleds under våren 2015.

Externa målgrupper

Utifrån uppsatta syften för olika typer av innehåll (se nyckelinnehåll) är det viktigt att webbredaktörer identifierar och förfinar målgrupper för enskilda delar av webbplatsens innehåll för att uppfylla det specifika syftet. Arbetet med att målgruppsanpassa innehåll beskrivs i dokumentet *Riktlinjer för innehåll*.

Nyckelinnehåll

Det innehåll som identifierats att en stor del av LiU-webbens besökare letar efter kallas för nyckelinnehåll. Nyckelinnehåll är medarbetarpresentationer, rekryterande program- och kursinformation, forskningsområden (populärvetenskaplig forskningskommunikation) och forskningsverksamheter (akademisk forskningskommunikation) samt platsannonser. Det är inom dessa områden många av besökarnas syften med besöket uppfylls. Detta är innehåll som måste utformas extra noga, vägarna dit ska vara tydliga och så raka som möjligt. Nyckelinnehåll ska mätas, följas upp och utvärderas för att få veta om besökarna verkligen känner att de är nöjda med sitt besök. Innehållet stödjer tydligt effektmålen. Se även *Riktlinjer för innehåll*.

Varumärke och grafisk profil

Webbplatsen är den kanske viktigaste kommunikationskanalen för Linköpings universitet. Hur LiU väljer att synas på webben, det vill säga vilka budskap, innehåll och funktioner som presenteras, påverkar direkt hur LiU:s varumärke uppfattas av omgivningen, både nationellt och internationellt.

Webben är ett av universitetets viktigaste verktyg för att realisera visionen att bli *”ett universitet med internationell lyskraft – där människor och idéer möts och utvecklas”*. Det ska därför alltid vara tydligt att Linköpings universitet står som avsändare för allt innehåll på LiU:s webbplats. Webben ska följa riktlinjerna i LiU:s varumärkesstrategi och manual för grafisk profil.

Språk

Vägledande för vilka språk som innehåll på LiU:s webbplats ska finnas på är dels ”hårda” krav d.v.s. Språklag 2009:600, dels ”mjuka” strategiska val i form av målgruppsanpassning.

Innehåll på LiU:s webbplats ska finnas på svenska och engelska samt på övriga språk där det finns en tydlig målgrupp och syfte. Innehållet ska vara målgruppsanpassat och det är inte ett självändamål att ha en fullt ut speglad webbplats. Tre saker avgör vilket språk innehållet ska finnas på:

- Målgrupp
- Informationsbehov
- Språklag

Utbildningsutbudet ska presenteras på svenska samt det språk utbildningen ges på. Det finns möjligheter att målgruppsanpassa för flera språk.

All forskning (vad en verksamhet gör, kontaktinformation, vad en person gör osv.) måste alltid presenteras på svenska och engelska men det finns inget krav på omfattningen. Det i sin tur innebär att exakt samma information inte behöver finnas på svenska och engelska. Istället ska texten anpassas efter valt språk/målgrupp.

Målgruppsanpassad information om LiU:s samverkan måste alltid finnas på svenska då en stor del av verksamheten vänder sig till regionala eller nationella aktörer. För att inspirera och guida internationella intressenter till samverkan ska information kring samverkan inom forskning, utbildning och strategiska satsningar även finnas på engelska.

Strategiska "mjuka krav"

Utöver detta är en vägledande princip för vilket språk innehållet på webbplatsen ska finnas att detta avgörs utifrån besökarens behov, det vill säga man måste ta reda på inom vilket språkområde den primära eller sekundära målgruppen för innehållet finns.

Klassificering av innehåll

LiU:s webbplats har i sin nya utformning en grundstruktur där bara en del av innehållet ligger fast i en innehållsstruktur. Stora delar bygger istället på taxonomi och sökbaserad webb. Det innebär att innehållet på webbplatsen ska vara uppmärkt ("taggat") enligt förutbestämda klassificeringsstrukturer. Separation av struktur och innehåll gör att webben byggs utifrån regler snarare än organisation.

Webbredaktören "taggar" innehåll med relevanta termer och systemet ger sedan möjlighet att presentera innehållet i rätt sammanhang med hjälp av klassificeringsstrukturen.

Fördelar med en taxonomibaserad webb:

- lättare att ha kontroll på innehållet,
- stöd för att skapa och koppla samman innehåll som hänger ihop,
- förebygger stuprörstänkande,
- Skapar förutsättningar för att personalisera innehåll, d.v.s. anpassa innehållet för olika besökare.

Vilka/vad ska synas på webben

Primärt styr besökarnas behov vilka verksamheter som ska synas på LiU:s externa webbplats. Sekundärt styr organisationens behov.

Strukturen är uppbyggd på ett sätt så att det inte skapas underwebbplatser, till exempel www.enhet.liu.se. Utan all verksamhet finns under adressen liu.se/enhet (se Domännamn nedan). En organisatorisk enhet är i sig inte ett skäl för att finnas på externa webben utan det är målgrupperna och kommunikationsbehovet som avgör. En organisatorisk enhet, t.ex. en institution eller en fakultet, har en kort presentation (en landningssida byggd utifrån en förutbestämd mall) och används annars för att kategorisera verksamheten för att kunna automatgenerera information. Detta kan till exempel vara personal vid enheten, forskningsområden/forskningsverksamheter, kartor, telefonnummer eller liknande.

Sök- och hittbarhet

Huvuddelen av de externa besöken på liu.se kommer från någon av de stora sökmotorerna som Google och Bing. Därför ska webbplatsens egen sökfunktion fokusera på att vägleda på det sätt som LiU tror gagnar besökaren bäst och den ska vara uppbyggd med tydliga fasetteringar⁷ som vägleder rätt.

Nyckelinnehåll prioriteras i sökträffar. När besökaren gör en sökning så ska resultaten presenteras så att det tydligt framgår vilken typ av sökresultat det är, till exempel en person, en publikation, ett forskningsområde eller berättande innehåll⁸. På så sätt kan besökaren snabbt bedöma vilket resultat som bäst fyller just dennes syfte och därmed enklare och snabbare hitta till rätt innehåll.

Integrerat innehåll/datakällor

För att säkra korrektheten i den information LiU presenterar på webben ska information tas direkt ur sina officiella källsystem. Detta innebär att man inte får "klippa och klistra" information utan ska antingen integrera informationskällan, t.ex. via universitetets integrationsplattform Sesam, eller länka till informationen. Information får aldrig finnas i flera versioner från olika källor.

I första hand ska automatgenererat innehåll hämtas från LiU:s egna system vilket är viktigt ur informationssäkerhetssynpunkt. Kontaktuppgifter, publikationer, kurs- och programinformation är exempel på information som hämtas ur egna system. I de fall då sådan information saknas/inte är relevant används i möjligaste mån allmänt erkända externa system som källor. Exempel på sådana system är Ladok, publika kartsystem och bibliotekets söktjänster.

Då data hämtas till webben från andra källor måste själva informationen därför ändras i baskällan och inte i LiU:s webbpubliceringsverktyg (Sitecore). Det kan dock finnas möjlighet att i presentationen av informationen välja ut, sortera om och välja

⁷ Fasetterad sökning innebär att besökaren presenteras ett sätt att filtrera sökresultaten baserade på förutbestämda kategorier och kategoriträd.

⁸ Berättande innehåll ska med ord, bilder och känslor beskriva och väcka intresse för den verksamhet som bedrivs vid Linköpings universitet

bort viss information, det vill säga man kommer att kunna visa informationen på ett sätt som är lämpligt och man behöver inte visa all information.

Tekniska ställningstaganden

Teknisk plattform för LiU:s nya webbplats

Linköpings universitets nya webbplats ska vara sammanhållen och byggas i det gemensamma publiceringsverktyget Sitecore. Därigenom blir det tydligare för våra besökare att LiU är avsändare för innehållet på webbplatsen. Avsteg från dessa ställningstaganden beslutas av Kommunikationsdirektören eller i förekommande fall IT-direktören.

Domännamn

Linköpings universitets officiella webbplats är **liu.se**. Huvuddomänen liu.se ska gälla för all extern kommunikation som sker via webben eftersom det stärker LiU:s varumärke när samtliga delar kommuniceras med LiU som avsändare.

Subdomäner av typen subdoman.liu.se ska inte användas. I särskilda fall kan avsteg göras för en verksamhet som har specifika informationsmässiga eller systemtekniska krav som gör att en subdomän är motiverad, detta kan endast godkännas av IT-direktören.

Det ska inte finnas subdomäner till liu.se därför att webben ska målgruppsanpassas och prioriteras utifrån besökaren primärt. Genom att "Lätt att hitta rätt" är ett prioriterat förhållningssätt ska besökaren tydligt se struktur, navigering och relaterat relevant innehåll.

För webbsystem som används i utbildningssyfte kan andra regler gälla.

Mobil tillgänglighet

Allt innehåll på LiU:s webbplats ska finnas tillgängligt för besökaren oavsett vilken typ av enhet som används. Det innebär att webbplatsen ska ha en responsiv design och därmed anpassas för såväl stationära datorer som mobila enheter oavsett skärmstorlek, såsom t.ex. surfplattor, smarta telefoner och läsplattor.

Kampanjer

Verksamheter inom Linköpings universitet har ibland behov av att driva kampanjer på webben. Kampanjsajter byggs för ett specifikt syfte, t.ex. att rekrytera studenter eller informera om ett större event och är tillgängliga under en begränsad tidsperiod. Dessa kampanjer bör normalt hanteras inom ramen för LiU:s webbplats. Det innebär att kampanjerna ska byggas i befintligt publiceringsverktyg, följa LiU:s policy för hantering av kampanjer, samt riktlinjer i varumärkesstrategi och manual

för grafisk profil. Det ska alltid vara tydligt att LiU är avsändare vilket medför att LiU:s webbplats får större genomslagskraft. Syftet är att få besökarna att stanna kvar på LiU:s webbplats istället för att lotsa dem utanför.

Neutrala sajter

För att kunna hantera webbsidor där t.ex. ett krav finns att flera jämbördiga samarbetspartners ska väga lika vad gäller grafik och presentation, ska det inom ramen för LiU:s webbpubliceringssystem Sitecore vara möjligt att skapa sajter som är neutrala i sin utformning. Detta för att tillgodose LiU:s krav på IT-säkerhet och supportbehov, men också för att tillmötesgå önskemål om att kunna göra projektspecifika sajter. Grundhållningen till denna möjlighet ska emellertid vara restriktiv och tekniska egenskaper eller utvecklingsresurser kan utgöra begränsningar.

Konferenser

Konferenser som arrangeras av LiU (eller av LiU och en eller flera samarbetspartners) ska erbjudas plats på LiU:s webbplats och ska följa riktlinjerna för varumärkesmanualen. Avsteg kan vara påkallande i enlighet med policyn för neutrala sajter. Linköpings universitet tillhandahåller ingen avancerad konferenslösning. Behövs detta anlitas externa parter inom ramen för befintliga avtal.

Testning av funktioner på liu.se

Vid Linköpings universitet finns både forskning och utbildning kring avancerade webblösningar och funktioner för kommunikation och interaktion på webben. Det ska erbjudas möjligheter för forsknings- eller utvecklingsprojekt att använda liu.se för att testa eller demonstrera funktioner på lämpligt sätt.

Uppföljning och utvärdering

Uppföljning och utvärdering av de insatser som görs på webben ska kontinuerligt genomföras för att få kunskap om de fick avsedd effekt och nytta. Arbetet med uppföljning och utvärdering sker både ute i verksamheten av webbredaktörerna och på Kommunikations- och marknadsavdelningen.

Mätning och uppföljning är ett fortlöpande arbete som sker i nära samarbete mellan KOM och webbredaktörer ute i organisationen. Mätområden och mätpunkter definieras i särskilda dokument.

Relaterade dokument

Inriktningsbeslut: Webborganisation vid Linköpings universitet

Beskrivning av organisation, kompetenser, arbetsuppgifter, ansvar och befogenheter som kommer gälla från och med 2016-01-01

Riktlinjer för innehåll

Beskrivning av hur vi ska skapa och utveckla ny LiU-webb och hur LiU ska kommunicera med sina besökare på webben.

Förvaltningsplan

Förvaltningsplanen innebär en överenskommelse mellan ledningarna på Kommunikations- och marknadsavdelningen och IT-avdelningen om hur förvaltningen av publiceringsverktyget Sitecore och andra webbrelaterade system ska fungera vad gäller utveckling, drift och underhåll likväl som service och support. Förvaltningsplanen ska vara klar under hösten 2015 och gälla från och med 2016-01-01.

Manualer för grafisk profil och varumärke

Ett omfattande arbete för att ta fram en ny varumärkesstrategi och ny grafisk profil för Linköpings universitet har genomförts. Den nya grafiska profilen lanserades 20 maj 2015.

Riktlinjer för användning av sociala medier

Beslut om vilka riktlinjer som gäller för användning av sociala medier, 2012-10-15.