|  |  |
| --- | --- |
| Kommunikationsavdelningen |  |

# Mall för kommunikationsplan

**Verksamhetsmål**

Vad har den aktuella verksamheten/projektet/evenemanget etc för mål?

**Kommunikationsmål**

Kommunikationsmålen ska stödja verksamhetsmålen men kan inte på egen hand formulera eller uppfylla dem. Vad vill du uppnå med kommunikationsinsatserna? Öka kännedom, förändra attityder och beteenden, sprida information etc?

**Nulägesanalys**

Finns det några problem du vill lösa? Några behov att tillgodose? Gör en nulägesanalys.

Du kan ta hjälp av enSWOT-analys:

Strengths – (styrkor)

Weaknesses – (svagheter)

Opportunities – (möjligheter)

Threaths – (hot)

**Målgrupp**

Lista och prioritera de viktigaste målgrupperna. Vad har målgruppen för behov och kunskap? Vad vill du att målgruppen ska göra, tycka eller veta?

**Budskap**

Vad ska du säga för att nå fram till målgruppen? Är budskapen relevanta och anpassade till målgruppen?

**Kanal**

Var finns din målgrupp? Val av kanaler bör utgå från mål och målgrupp. Är webb, möte, workshop, personaltidning etc rätt kanal? Kanske flera kanaler passar för målgruppen?

**Vem**

Vem säger det? Vem är budbärare för denna kommunikationsinsats?

**När**

När i tiden är kommunikationsinsatsen bäst att genomföra för bästa resultat? Kanske behöver du kommunicera flera gånger?

**Budget och resurser**

Vad kommer det att kosta och vilka resurser har du? Står kostnaderna/arbetsinsatsen i rimlig proportion till det du vill uppnå?

**Kommunikationsstrategi**

När du har svar på frågorna ovan är det dags att välja bland alla möjligheter. Ska du satsa på en speciell målgrupp? Muntlig eller skriftlig kommunikation, en eller ett par kanaler? Befintliga möten/forum eller skräddarsydda aktiviteter? Sammanfattningen av dina prioriteringar utgör din kommunikationsstrategi. Nytillkomna idéer eller händelser är lättare att prioritera eller välja bort när du ser hur de passar in i strategin.

**Uppföljning**

**Avstämning**

Identifiera aktiviteter för löpande uppföljning och avstämning.

**Utvärdering**

Hur ska resultat följas upp? Går det att mäta effekterna? Utvärdera insatserna/aktiviteterna utifrån måluppfyllelse.

**Aktivitetsplan**

När du identifierat behoven och valt kommunikationsstrategi är nästa steg att göra en lättöverskådlig aktivitetsplan. Enklast görs den i excelformat eller i en wordmall:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Målgrupp | Aktivitet | Mätbara mål | Projektgrupp/ansvar | Budget | Tidplan |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |