

Kommunikationsplan

Projektnamn:

Projektnr/Diariernr:

Avdelning/sektion:

Datum:

Upprättad av:

Uppdaterad (datum och versionsnr):

1. Bakgrund och syfte

I steg 1 beskrivs bakgrund och syfte med kommunikationsplanen. Vilket/vilka verksamhetsmål ska kommunikationen stötta? Vilka avgränsningar ska göras?

2. Analys av nuläget

I steg 2 beskrivs och analyseras nuläget. Viktiga frågor att ställa: Var står vi i dag? Vad är problemet? Är detta ett kommunikationsproblem? Vad vill vi åstadkomma? Vad får vi göra? Vad kan vi göra? Vad kan vi göra just nu? Vilken roll har kommunikationen?

3. Målgrupper

I steg 3 lägger man fast vilka målgrupper som omfattas av kommunikationsplanen. Vilka är målgrupperna? Hur tar vi reda på deras behov och attityd i de aktuella frågorna? Prioriterade målgrupper?

a. Externa

b. Interna

4. Kommunikationsmål

I steg 4 slår man fast vilka kommunikationsmål man har för respektive målgrupp. Typiska kommunikationsmål är vad man vill att målgruppen ska göra, veta, kunna, tycka eller känna. Målen kan vara både kvalitativa och kvantitativa mål och ska vara mätbara.

a. Externa

b. Interna

5. Hot, möjligheter, styrkor och svagheter

I steg 5 analyseras kommunikationsplanens styrkor, svagheter, möjligheter och hot.

HOT (varför?)

MÖJLIGHETER (varför?)

STYRKOR (varför?)

SVAGHETER (varför?)

6. Kommunikationsstrategier

I steg 6 gör man sina vägval. Vilka strategier ska vi välja för att nå kommunikationsmålen? Hur ska vi göra för att lyckas med kommunikationen? Exempel på strategival: Ska vi arbeta kortsiktigt eller långsiktigt? Ska vi välja envägs- eller tvåvägskommunikation?

7. Budskap och kanaler

I steg 7 formuleras budskap och kommunikationskanaler utifrån de målgrupper och kommunikationsmål som valts ut. Vad vill vi säga? Vad är budskapet/vad ska vi säga för att nå kommunikationsmålen? Hur ska vi kommunicera? Vilka kanaler är mest effektiva? Vilka aktörer och talesmän når bäst fram till målgrupperna?

8. Aktivitetsplan/Kommunikationsmål, budskap och aktiviteter per målgrupp

I steg 8 ställs kommunikationsplanen upp i tabellform. Tabellen ger en överblick av mål, budskap och aktiviteter per målgrupp. Vad ska vi göra? Vilka aktiviteter lämpar sig bäst för de mål, strategier och budskap vi har valt? Exempel: Seminarium eller broschyr? Möte eller webbtex? Vem ska göra vad? När ska det göras? Vilken status har aktiviteten? Till exempel: Ej startat, Pågående, Genomfört.

Målgrupp	Kom.mål	Budskap	Kanal	Aktivitet	Tid	Ansvarig	Status

9. Mätning och utvärdering

I steg 9 beskrivs hur man tänker utvärdera de genomförda aktiviteterna. Utvärderingen är viktig för att se om man nått önskad effekt av kommunikationen. Viktiga frågor att ställa sig är: När vi våra mål? Vilka effekter gav insatsen? Vad kan vi lära/förbättra till nästa gång?

