

Kommunikationsplan

Verksamhet/projekt

Gäller för *(tid)*



Samordningsförbundet
Centrala Östergötland

Innehåll

<u>Kommunikationsplan</u>	0
<u>Om kommunikationsplansmallen</u>	2
1. <u>Beskrivning och bakgrund</u>	3
2. <u>Syfte och mål med kommunikationen? (<i>inte med projektet</i>)</u>	3
3. <u>Nuläge (för kommunikationen)</u>	3
<u>Avgränsning</u>	3
4. <u>Budget</u>	3
<u>Roller och ansvar</u>	3
5. <u>Målgrupper och kanaler</u>	4
<u>Budskap</u>	4
<u>Kanaler</u>	4
<u>Översikt</u>	4
6. <u>Kommunikationsstrategi</u>	5
7. <u>Uppföljning och utvärdering</u>	5
8. <u>Tidplan och aktiviteter</u>	5

Om kommunikationsplansmallen

Varför ska man ha en kommunikationsplan?

Kommunikationsplanen är ett stöd för ett mer genomtänkt sätt att använda kommunikation för att nå din målgrupp och uppnå målet med ett projekt. Själva arbetet med att fundera över frågorna och den färdiga planen gör att alla som är med i projektet är med på vad som ska göras, varför, när och vem som ska göra det. Planen gör det också enklare att prioritera och använda resurserna klokt. Vad ska vi lägga tid och pengar på att göra?

Det är bra om man börjar arbeta redan tidigt i ett projekt med hur kommunikationen ska ske, så att man tar höjd för de resurser som behövs för att lyckas och man kan planera för att utnyttja andra händelser i omvärlden. (T.ex. en stor mässa kanske är ett bra tillfälle att lansera något, eller så krockar den med vårt eget event, så det är bättre att skjuta upp lanseringen).

En kommunikationsplan ska vara föränderlig. Man måste anpassa den efter vad som händer i projektet och omvärlden. Den är bara ett arbetsverktyg, så gör den bara så omfattande som behövs. En enda sida kan räcka för ett event, t.ex. Svara på det som är relevant och strunta i resten.

1. Beskrivning och bakgrund

- *Beskriv projektet/verksamheten/eventet kort.*
- *Syftet med **projektet**.*
- *Vilka mål ska projektet uppnå?*

2. Syfte och mål med **kommunikationen**? (*inte med projektet*)

- *Vad vill vi att målgruppen ska göra, veta, tycka eller känna?*
- *Vad vill vi uppnå med vårt kommunikationsarbete? (Att folk anmäler sig till något, ändrar sitt beteende, känner till något viktigt, provar något t.ex.).*
- *Finns det problem som vi vill kommunikationen ska lösa?*

Vilka mål vill vi uppnå med kommunikationen? Gärna konkret och mätbart. (I prioriteringsordning)

1. *Mål*
2. *Mål*
3. *Mål*

3. Nuläge (för kommunikationen)

- *Beskriv hur läget ser ut idag? Styrkor och svagheter?*
- *Risker och möjligheter i kommunikationsarbetet?*
- *Finns det något i vår omvärld som kommer att påverka arbetet? Internt och externt? (Pandemi, förändringar hos vår målgrupp t.ex.).*
- *Övrigt vi behöver förhålla oss till som påverkar arbetet? (Lagar och regler, övergripande kommunikationsstrategi, redan planerade aktiviteter, förändringar i omvärlden. T.ex.:*
 - *Övergripande kommunikationsstrategi för SCÖ*
 - *Upphovsrätt*
 - *GDPR och personuppgiftslagen*
 - *Tillgänglighetsdirektivet*
 - *(Marknadsföringslagen)*

Avgränsning

*Vad ska denna plan **inte** göra?*

4. Budget

- *Vilka resurser har vi ekonomiskt?*
- *Vilka resurser har vi i personal och tid?*

Roller och ansvar

6. Kommunikationsstrategi

Hur gör vi för att uppnå målen?

7.Uppföljning och utvärdering

Hur kan vi utvärdera hur vi lyckades med kommunikationen? Gärna mätbara mål: antal svar på enkät, antal anmällda på event, delningar/respons på Facebook, besök på hemsida t.ex. När projektet är klart, skriv ner erfarenheterna, de kan vara bra att ha till nästa gång vi ska göra något liknande. Vad lyckades vi med? Kunde vi gjort på ett annat, bättre sätt?

8.Tidplan och aktiviteter

[illegible]