

Checklista för kommunikationsplanering

Gå igenom de här frågorna i tur och ordning för att skapa en kommunikationsplan.

1. **Vad är problemet?** Vilka problem ska kommunikationen lösa? Vilka behov behöver tillgodoses? En plan börjar med kort nulägesanalys och bakgrundsbeskrivning.
2. **Vad är syftet och målet?** Varför behöver du kommunicera och vad vill du uppnå? Ökad kännedom? Bättre förståelse? Förändrat beteende? Kommunikation är inget självändamål utan ett medel att nå resultat i arbetet. Formulera ett klart mål för att kunna mäta resultatet.
3. **Vem är målgruppen?** Vilka vänder du dig till? Vad har de för behov, kunskaper och önskemål? Vilka förkunskaper och attityder har de? Vad vill du att målgruppen ska veta, tycka, eller göra?
4. **Vad ska jag säga?** Vilka är mina viktigaste budskap? Är dessa relevanta och anpassade för mina målgrupper? För att ett budskap ska vara intressant, begripligt och användbart behöver det utformas ur målgruppens synvinkel. Att berätta allt för alla resulterar ofta i att inget når någon.
5. **Vilka kanaler ska jag använda?** Var brukar din målgrupp söka information? Tidningar, personligt möte, webben, skyltar, utbildning etc? Ofta är det en mix av kanaler som ger resultat. Människor är olika och vill dessutom ha variation. Kan det finnas oväntade kanaler som skulle ge extra effekt? Ett budskap behöver också upprepas och koordineras, både i olika kanaler och över tiden, för att få effekt.
6. **Vem ska säga det?** Vem är den bästa budskapsbäraren för just denna kommunikationsinsats?
7. **När ska jag säga det?** När i tiden är det bäst att genomföra kommunikationen för att uppnå bäst resultat? Behöver man kommunicera vid flera tidpunkter?
8. **Vad kostar det?** Vilka resurser har du - i tid, pengar och kompetens? Står kostnaderna i rimlig proportion till det du vill uppnå? Vad kostar det att låta bli? Gör en budget och en ansvarsfördelning.
9. **Hur ska man utvärdera insatsen och kontrollera effekten?** Fundera över metoder för hur resultatet ska följas upp. Går det att mäta effekterna? Vad gick bra/mindre bra? Vad kan vi göra bättre nästa gång? Vad hände som vi inte förutsett?
10. **Tar din kommunikationsplan hänsyn till övrig kommunikationsplanering?** Tidpunkt, målgrupp, syfte... Det är viktigt att inte konkurrera med andra delar av sin organisation om målgruppens uppmärksamhet och intresse.

Aktivitetsplan

När kommunikationsplanen är klar, gör en konkret och lättöverskådlig aktivitetsplan.

- Aktivitet
- Mål
- Målgrupp
- Tidpunkt
- Kanal
- Ansvarig
- Budget
- Deadline
- Status

Aktivitet	Målgrupp	Budskap	Mål	Budget	Ansvarig	Deadline

Anna Bellman
BellaCom Speaking Partner AB
anna@bellacom.se
0733-860464
annabellman.se