

KOMMUNIKATIONSLATHUND:

INNAN ARRANGEMANG/PROJEKT PÅBÖRJAS

Det är viktigt att tänka kommunikation redan innan ett arrangemang eller projekt påbörjas. Det är att föredra att ha en kommunikationsplan till varje arrangemang och projekt med direkta insatser, vem som har ansvaret för vad och tidsplan. Men innan dess är det bra att synka projektets/arrangemangets innehåll med kommunikation mer övergripande. Nedan finns några frågor att ställa sig.

Syfte/Mål: Varför gör vi det här? Vad vill vi åstadkomma med arrangemanget/projektet?

Tänk på er verksamhetsinriktning/verksamhetsplan. Stämmer det överens med övriga prioriteringar som ni ska göra i år/nästa år?

När syfte och mål är satta kan man börja tänkta kommunikation rent konkret.

Huvudbudskap: Vad är unikt med just det här arrangemanget/projektet? Vad vill vi förmedla?

Målgrupper: Vilka ska komma till arrangemanget? Eller nås av projektet? Här kan det finnas flera målgrupper, det är bra att lista dem.

Kanaler: Vilka kanaler ska användas för att nå vilken målgrupp? Här är det bra att tänka på att anpassa information efter kanal och målgrupp. Inte bara skicka ut samma information över allt. (Om det inte känns som det rätta att göra så klart.)

Ansvar och tidsplan: Vem gör vad och när?

Budget: Vad kostar pengar? Finns de pengarna? Kan vi få tag på de pengarna?

Efter arrangemanget/projektet kan det vara bra med en utvärdering av just kommunikationen.

Uppföljning: Vad lyckades bra? Vad lyckades mindre bra? Finns det något vi tar med oss till nästa gång? Både från inför-arbetet, under arrangemanget/projektet och efterarbetet.