



7 TRIN TIL DIN KOMMUNIKATIONSPLAN



1 BAGGRUND

Hvad kommer til at ske?

2 KOMMUNIKATIONSMÅL

Hvad vil du opnå?

3 MÅLGRUPPEANALYSE

Hvilke barrierer og motivationsfaktorer er der?

4 BUDSKABER

Hvad er dit kernebudskab til modtageren?

5 SPØRGSMÅL & SVAR

Hvilke spørgsmål stiller modtageren? Og hvad er svaret?

6 TIMING

Hvornår skal jeg kommunikere?

7 AKTIONSLISTE

Hvem gør hvad, hvornår for at kommunikation lykkes?

BESKRIV BAGGRUNDEN FOR KOMMUNIKATIONSBEHOVET

Hvad kommer der til at ske? Hvor bevæger vi os hen? Hvorfor?
Og hvordan kommunikerer vi det?

HVAD ER KOMMUNIKATIONSMÅLET?

Du kan skabe opmærksomhed, dele viden, ændre holdninger eller ændre konkret adfærd. Hvis du vil skabe opmærksomhed eller dele viden, så brug kanaler som nyhedsbreve, personaleblade og intranet. Hvis du vil ændre holdninger eller adfærd, skal du gå i dialog og holde 1:1-møder.

MÅLGRUPPEANALYSE

Kommunikation foregår altid på modtagerens præmisser. Jo bedre du kender målgruppernes behov, holdninger og modstand, jo bedre rammer dine budskaber. Opdel fx målgrupper på faglighed, funktionsområde eller interessefællesskaber.

BUDSKABER

Budskaberne består af forandringens overordnede indhold og konsekvenser. Kommunikationen skal være klar og give de faktuelle informationer, medarbejderne har brug for.

SPØRGSMÅL OG SVAR

På dette trin forholder du dig til de spørgsmål, du forventer fra medarbejderne, når kernebudskaberne kommer ud. Øv dig i at svare på kritiske spørgsmål. Formålet er, at du fremstår velforberedt og udtaler dig konsistent.

TIMING

Her tegner du en tidsplan for forløbet. Hvornår? Ved alle involverede, hvornår de skal på banen?

AKTIONSLISTE

Beskriv, hvem kommunikerer hvad? Til hvem? Gennem hvilke kanaler?

STYR PÅ JERES KOMMUNIKATIONS- KANALER?

Kend jeres tilgængelige
kommunikationskanaler og
deres styrker og svagheder.



Har I de kanaler, I har brug for?

Ved I, om medarbejderne er tilfredse med
dem – om de kan bruges mere effektivt,
eller skal der nye kanaler til?

