

Kommunikationsindsatser – Proces og skabelon

Formål:

At træne arbejdet med at planlægge og strukturere kommunikation i et projekt, så kommunikationen understøtter forståelse og ejerskab hos interessenter samt styrker projektets fremdrift og succes.

Indhold:

En målrettet kommunikation er afgørende for at skabe forståelse, opbakning og engagement blandt interessenter. De syv trin i kommunikationsindsatsen (figur 13.5 herunder) giver et overblik over, hvad der skal overvejes: budskab, formål, modtager, afsender, format, timing og ansvar.

Når man arbejder med kommunikationen, er det vigtigt at skelne mellem kommunikation *om projektet* (at skabe opmærksomhed og legitimitet) og kommunikation *i projektet* (at skabe forståelse og grobund for leverancer og forandringer).

Proces:

- Arbejd sammen to-og-to eller i grupper
- Tag afsæt i bogens kap. 13, afsnit 3
- Vælg et konkret projekt (fra egen praksis eller en case)
- Find en indsats i projektet, der har forholdsvis stor betydning for projektets succes
- Gennemgå nu de 7 punkter i kommunikationsplanen figur og redegør for:
 - Hvad er budskabet?
 - Hvad er hensigten med at kommunikere budskabet – se figur 13.5 (se nedenfor)
 - Hvem er modtager af budskabet?
 - Hvem er afsender af budskabet?
 - Hvordan kommunikeres (gøres) det – find inspiration i figur 13.5?
 - Hvornår finder kommunikationen sted?
 - Hvem er budbringer?
- Præsenter i plenum og drøft de overvejelser, som gruppen har haft.

Kommunikation om og i projektet

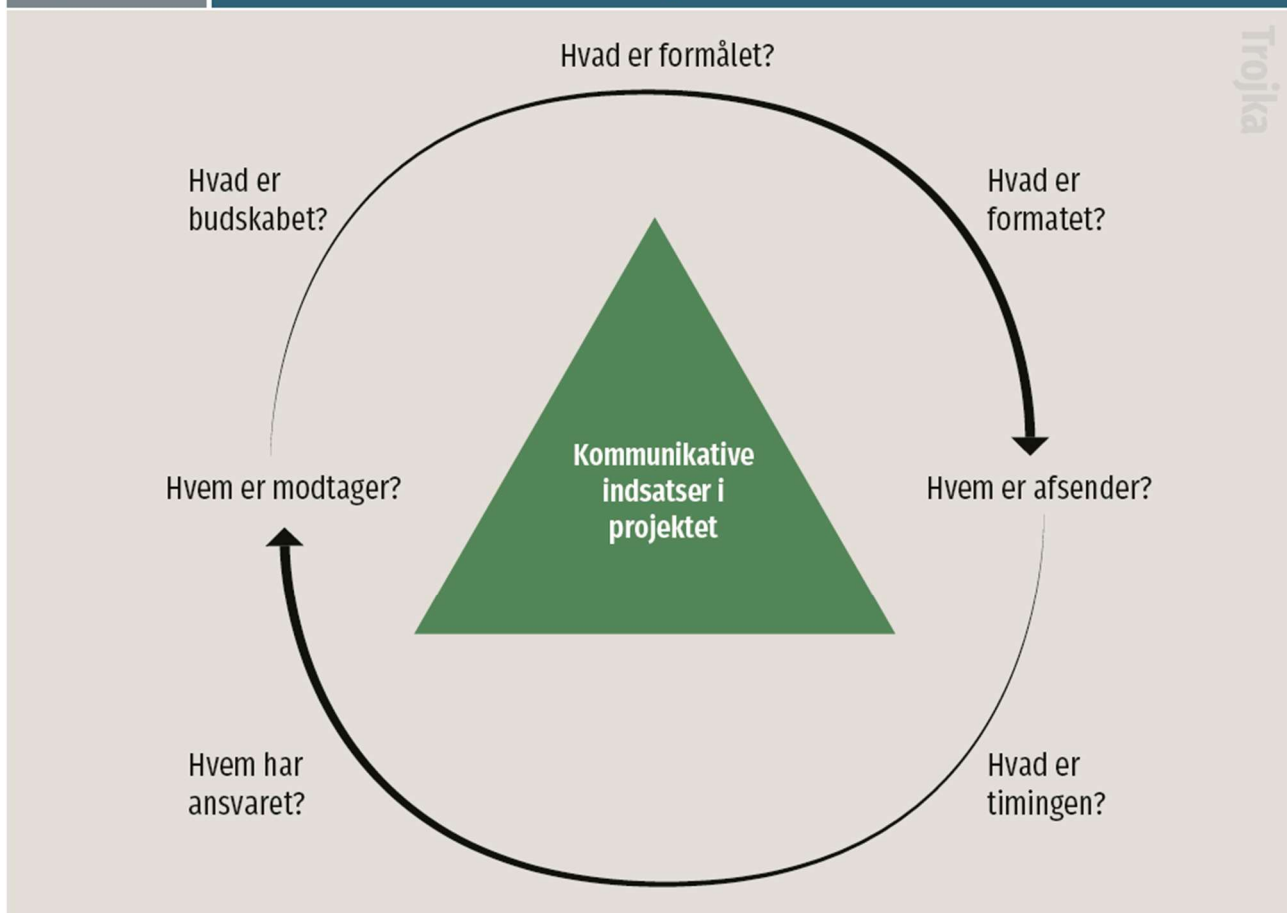
Trojka

Der skal kommunikeres:

- **Om projektet:** For at skabe opmærksomhed om projektet hos relevante interessenter, skabe legitimitet eller tiltrække deltagere
- **I projektet:** For at etablere en dybere forståelse af projektet, skabe grobund for projektets leverancer og de forandringer, projektet medfører for de berørte interessenter.

Figur 13.5

Kommunikationsindsatsens trin og indhold



Skabelon	
Overordnet kommunikationsindsats for projekt:	
Hvem er modtager? (inspiration fra interessentanalysen)	
Hvad er budskabet?	
Hvad er formålet?	
Hvad er formatet?	
Hvem er afsender af budskabet?	
Hvad er timingen – hvornår skal vi kommunikere budskabet? (evt. også ift. vigtige milepæle i projektet)	
Hvem har ansvaret for at være budbringer?	