|  |
| --- |
| **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.
 |





|  |
| --- |
| **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?  |  |