Kommunikationsplan

Namn på centrumbildningen

# Sammanfattning från kommunikationsstrategin

Lägg in sammanfattningen från kommunikationsstrategin.

Innehåll

[Sammanfattning från kommunikationsstrategin 3](#_Toc104213253)

[1 Bakgrund 1](#_Toc104213254)

[2 Nulägesbeskrivning 1](#_Toc104213255)

[3 Kommunikationsmål för verksamhetsåret 202X 1](#_Toc104213256)

[4 Prioriterade målgrupper 1](#_Toc104213257)

[5 Budskap 1](#_Toc104213258)

[6 Kanalval 2](#_Toc104213259)

[7 Roller och resurser 2](#_Toc104213260)

[8 Årsöversikt kommunikationsaktiviteter 2](#_Toc104213261)

[9 Ansvarsfördelning 3](#_Toc104213262)

[10 Budget 3](#_Toc104213263)

1. Bakgrund

Beskriver centrumets verksamhet (forskningsinriktning, mål, ledning etc). Beskriv hur kommunikationsarbetet går till, vem som utför detta samt i vilken omfattning.

1. Nulägesbeskrivning

Beskriver utgångsläget samt specifika företeelser som kommunikationsarbetet behöver förhålla sig till – från ett externt respektive internt perspektiv.

* Hur ser utgångsläget ut för verksamheten och kommunikationsarbetet?
* Vilka specifika företeelser inom organisationen/verksamheten kan vara av betydelse?
* Vilka specifika företeelser i centrumets omvärld kan vara av betydelse?
1. Kommunikationsmål för verksamhetsåret 202X

Vad vill vi uppnå?

1. Prioriterade målgrupper

Beskriver vilka vill vi fokusera på under verksamhetsåret med vår kommunikation.

* Vilka är våra prioriterade målgrupper?
* Hur skiljer dom sig åt?
* Vad har de för behov?
* Vilka är deras drivkrafter?
* Vart befinner dom sig?
* Hur ser kännedomen ut kopplat till verksamheten och ämnesområdet?
* Hur nås dom bäst med information?
1. Budskap

Beskriver våra budskap till målgrupperna - vad vi ska säga, till vem och hur vi ska säga det.

* Huvudbudskap respektive underbudskap?
* Hur anpassas budskapen per målgrupp? Internt vs externt?
* Viktiga värdeord?
1. Kanalval

Beskriver vilka kanaler vi ska använda oss av för att nå våra önskade målgrupper

* Hur nås målgrupperna?
* Vilka kanaler ska vi använda oss av?
* Egna respektive kanaler via KTH och partners
* Hur ska vi använda respektive kanal?
1. Roller och resurser

Notera vem ansvarig kommunikatör är och vilken skola denna tillhör samt hur stor kommunikationsresursen är.

1. Årsöversikt kommunikationsaktiviteter

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Januari**  | **Februari**  | **Mars** | **April**  | **Maj** |
| **Viktiga händelser**  |  |  |  |  |  |
| För verksamheten |  |  |  |  |  |
| I omvärlden  |  |  |  |  |  |
| **Kommunikationsaktiviteter** |  |  |  |  |  |
| Seminarier/Workshops/Konferenser |  |  |  |  |  |
| Hemsida |  |  |  |  |  |
| Artiklar  |  |  |  |  |  |
| Nyhetsbrev  |  |  |  |  |  |
| Sociala medier |  |  |  |  |  |

1. Ansvarsfördelning

Vem gör vad kopplat till kommunikationsaktiviteterna? Anpassas utifrån organisation och partnerskap.

1. Budget

Fyll i budget för kommunikationsaktiviteter.

Bilaga 1. SWOT-Analys



Åtgärdsplan:

Styrkor:

Svagheter:

Möjligheter:

Hot:

Bilaga 2. Mål och strategi

|  |  |
| --- | --- |
| Mål | Strategi |
| Vi vill uppnå… | Genom att… |
| Vi vill uppnå… | Genom att… |
| Vi vill uppnå… | Genom att… |