|  |
| --- |
| **Skabelon for INTERREG-kommunikationsplan**  *Denne skabelon er afledt fra dokumentet „ledetråd kommunikationsplan“, som du også finder på INTERREG-hjemmesiden. Skabelonen består af konkrete spørgsmål, for en detaljeret beskrivelse og/eller inspiration henvises til nævnte ledetråd.* |
| ***Projektet***  Projektets titel:  Projektperiode:  Ansvarlig for kommunikationsarbejdet i projektet:   * Projektindhold – Hvad handler projektet om? Du skal kunne forklare overfor journalister, politikere og den brede offentlighed, hvad projektet handler om. (Kort beskrivelse): * Hvorfor er dette projekt vigtig for INTERREG-regionen?:   De tre vigtigste argumenter for jeres projekt (formuleret så udenforstående kan forstå det):  1)  2)  3)   * Officiel/formel afsender på kommunikationen: * Hvad er det for et projekt? Er det et videnskabeligt, erhvervsorienteret, teknisk eller kulturelt projekt? Hvordan vurderer du chancerne for en succesrig synliggørelse af projektet? For hvem er projektet og projektresultaterne relevant? For forskere, elever, studerende, bestemte branche- eller aldersgrupper, den brede offentlighed? Kan resultaterne formidles populærvidenskabeligt og forståeligt og evt. frembringe billeder og/eller fortælle historier? |
| ***Mål***   * Hvilke(t) mål har projektet: Hvad er „produktet“, som projektet skal resultere i? * Kommunikationsmål – hvad er realistisk: Ønsker projektet at skabe opmærksomhed, informere, motivere, modtage feedback m.m.? * Hvilket budskab har kommunikationen: F.eks. finde deltagere til en spørgeskemaundersøgelse, offentliggøre nye resultater eller ”sæt kryds i kalenderen” i forbindelse med en konference. |
| ***Målgruppe(r)***   * Hvem vil vi nå frem til? * Hvem kan have interesse i projektet? * Undersøgelser: Hvilke deltagere har vi brug for? * Hvem profiterer konkret af projektet? * Hvem er vigtig for projektet? Partnere, politikere, pressen m.m. * Hvem støtter projektet? Netværkspartnere, politiske beslutningstagere, INTERREG m.m. |
| ***Kommunikationskanal***  Hvilke medier gøres der brug af,   * Offline / trykte medier (egne og andres): * Online / elektroniske medier (egne og andres): * Massekommunikation eller personlig kommunikation: |
| **Evaluering**  Projektets kommunikations- og offentlighedsarbejde skal evalueres, både for at kunne vurdere projektets arbejde på området og for at kunne dokumentere projektets arbejde overfor INTERREG.   * Hvordan skal kommunikationsarbejdet evalueres? * Hvornår skal kommunikationsarbejdet evalueres? * Hvem skal gennemføre evalueringen? |

**Aktivitetsplan (eksempel)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aktiviteter**  *(Eksempelvis: Nyhedsbrev, hjemmeside, pressemeddelelse m.m.)* | **Målgruppe**  *(Hvem kommunikerer vi med?)* | **Budskab**  *(Hvad kommunikerer vi om?)* | **Mål**  *(Hvad ønsker vi at opnå?)* | **Medier**  *(Hvilke medier kan vi gøre brug af for at nå målgruppen?)* | **Tidsperiode**  *(Hvornår vil vi kommunikere?)* | **Ansvarlig**  *(Hvem er ansvarlig?)* | **Budget**  *(Finansielle midler for aktiviteterne)* |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |
| --- |
| Detaljeret beskrivelse af aktiviteterne, evt. projektinterne spilleregler;   * Hjemmeside * Sociale medier * Pressemeddelelse * Nyhedsbrev * Marketing * Arrangementer (interne og eksterne) * Medieovervågning * Netværk * E-mail kommunikation * Multimedia (film, lydoptagelser) * Eksterne undersøgelser * Andet |

**Tidsplan for kommunikationstiltag**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **År** | **2014** | | **2015** | | | | **2016** | | | | **2017** | | **Budget** |
| Måned/kvartal | 07-09 | 10-12 | 01-03 | 04-06 | 07-09 | 10-12 | 01-03 | 04-06 | 07-09 | 10-12 | 01-03 | 04-06 |  |
| ***Aktivitet 1:*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ***Aktivitet 2:*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ***Aktivitet 3:*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ***Aktivitet 4:*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ***Aktivitet 5:*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**I tabellen er der plads til at notere budgettet, men du kan selvfølgelig også vælge at lave en separat budgetoversigt.**

Denne skabelon er udarbejdet af forskningsprojektet ”Nationale stereotyper og marketingstrategier i den dansk-tyske interkulturelle kommunikation”, kort SMiK, ved Syddansk Universitet i Odense (2014). Projektet er medfinansieret af INTERREG4A-programmet Syddanmark-Schleswig-K.E.R.N. med midler fra Den Europæiske Fond for Regionaludvikling. Materialet er udviklet af projektmedarbejder Christina Ehlers.