Skabelon til kommunikationsplan

Tidspunkt	Aktivitet	Modtagere	Mål	Afsender	Medier	Ressourcer	Succeskriterier
Timing. Er der nogen målgrupper, der skal informeres før andre? Hvornår og i hvilken rækkefølge skal de forskellige kanaler bruges?	Hvad handler sagen om? Hvorfor skal der kommunikeres?	Hvem skal have budskabet? Hvad er særligt ved denne gruppe? Hvilke barrierer er der for at nå målgruppen? Hvor meget ved målgruppen i forvejen? Hvor involverede er de i emnet? Er der noget i demografien, du skal tage hensyn til?	Hvad vil vi opnå med kommunikationen? Vil du skabe, øge eller fastholde et kendskab til noget? Vil du have målgruppen til at gøre noget? Vil du påvirke holdninger?	Hvem siger noget? Er afsenderen dig selv, en afdeling, et institut, en forsker, direktør, rektor, og hvad kan det have af indflydelse? Rollebevidsthed.	Hvilken formidlingsform er den bedste i forhold til budskabet og målgruppen? Mundtlig eller skriftlig? Envejs eller tovejs? Hvad er de bedste kanaler til at få budskabet bedst ud?	Hvem gør hvad? Hvem har ansvaret? Hvor kan der hentes mere hjælp?	Hvornår er kommunikationen lykkes? Når der har været mindst muligt brok? Når budskabet er forstået og accepteret? Når du har fået et ´ja tak´til invitationen? Når du har skabt nysgerrighed eller interesse? Når alle har fundet det nye lokale? Når alle kender sit nye EAN-nummer?