**Kommunikasjonsplan (mal)**

**Fyll ut malen og slett så de røde tekstboksene med veiledningstekster.**

# **Ansvar for kommunikasjonen**

Kommunikasjonsansvaret følger saksansvaret og linjeprinsippet. Det betyr at den som har ansvar for et saksområde også er ansvarlig for å informere/kommunisere om sitt ansvarsområde eller delegere ansvaret i egen linje.

# Klikk her og skriv inn fagenhet/fakultet/institutt

# Skriv hvem som har kommunikasjonsansvaret (saksansvarlig, fagansvarlig eller linjeleder)

Klikk her og velg dokumentdato

# **Mål med kommunikasjonen**

Her skal du svare på: Hvorfor kommuniserer du i dette konkrete tilfellet? Hvilken endring/hvilket konkret resultat ønsker du at kommunikasjonstiltaket skal føre til? Alle mål bør kunne knyttes opp til OsloMets hovedmål i Strategi 2024, og resultatene bør være målbare.

Eksempler på kommunikasjonsmål:

* «Målet med kommunikasjonen er å få innkjøpere på vårt fakultet til å melde seg på kurset om innkjøpsavtaler»
* «Målet med kommunikasjonen er å påvirke flere ansatte på OsloMet til å bruke DFØ-appen til å registrere reiseregninger i løpet av året, slik at OsloMet sparer administrative ressurser»
* «Målet med kommunikasjonen er å bidra til at studiekvaliteten øker på TKD i løpet av neste studieår fordi underviserne får informasjon om hva studentene synes er viktigst for god studiekvalitet»

Skriv hva som er målet med kommunikasjonen

# **Målgruppe**

Her skal du svare på: Hvem ønsker du å nå med dette budskapet? Definér målgruppa så smalt som mulig.

Eksempler på målgrupper:

* «Ansatte på SAM som har budsjettdisponeringsmyndighet»
* «Alle ansatte på OsloMet»
* «UF-ansatte på TKD»

Skriv hvem som er målgruppa

# **Budskap**

Her skal du svare på: Hva ønsker du å si? Budskapet er ordene du velger å si akkurat denne gangen – ikke helheten om temaet du snakker *om*. Formulér et budskap som er like langt som tittelen/innledningen til en nyhet i avisen.

Eksempler på budskap:

* «Velkommen til kurs 1. mai om hvordan du følger opp innkjøpsavtaler. Fakultetsledelsen ber alle innkjøpere om å delta på kurset.»
* «Bruk DFØ-appen til å levere reiseregninger, og spar tid!»
* «Still tydeligere krav til at studentene dine stiller forberedt til timen! Undersøkelser viser at studentene er mest fornøyd med undervisningen når du som underviser uttrykker klare forventninger til dem.»

Skriv hva som er budskapet

# **Kanal**

Her skal du svare på: Hvor skal budskapet ditt distribueres? Hvilken kanal som er riktig henger sammen med hvilken målgruppe du ønsker å nå. Vi skiller mellom interne kanaler hvor vi når ansatte/studenter på OsloMet, og eksterne kanaler hvor vi når eksterne målgrupper.

Eksempler på kanaler:

Ansattsidene ansatt.oslomet.no (herunder nyheter, hva skjer-kalender, faste informasjonssider), Teams, OsloMets eksterne nettsider oslomet.no, e-post, e-post til grupper, møter, workshops, kurs, linjekommunikasjon, plakater og visuell kommunikasjon, nyhetsbrev, sosiale medier, informasjonsskjermer, presse/ekstern media, etc.

Skriv hvilke kanaler du vil bruke

# **(Avsender/talsperson)**

Der det er en relevant problemstilling, kan kommunikasjonsplanen avklare hvem som er den rette avsenderen av budskapet.

Eksempel:

Uttalelser/budskap om OsloMet som institusjon, rettet mot eksterne målgrupper, skal ha OsloMet-ledelsen som avsender.

Skriv hvem som har rollen som avsender av budskapet

# **Tiltaksplan**

Der kommunikasjonsplanleggingen omfatter mer enn ett enkeltstående kommunikasjonstiltak, kan det være nyttig å samle tiltakene i en egen tiltaksplan.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Hva er tiltaket** | **Budskap** | **Kanal** | **Målgruppe** | **Tid** | **Utfører** | **Ansvarlig avsender** |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |