|  |
| --- |
| **STRATEGI** |
| Vem/vad? |
|  |
| Grunduppgift? |
|  |
| Era tjänster? Vad erbjuder ni? |
|  |  |  |
| Målgrupp(er) för verksamheter |
|  |  |  |
| Kärnbudskap / slogan |
|  |
| Vem är ni? Vad är det frågan om? (”hissprat”) |
|  |
| Vad vill ni uppnå?Syfte med kommunikationen? | Målgrupp för kommunikationen? | Budskap?Vad vill ni säga till dem? | Kanal? Åtgärder?Hur når ni målgruppen? |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Konkurrenter / konkurrensfördelar

Resurser (tid, pengar, personer):

Risker:

|  |
| --- |
| **PLAN** |
| Vad ska göras? | Vem gör? | När? |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |