

Kommunikations- och informationsplan

För att säkerställa att rätt målgrupper får rätt information i rätt tid och på rätt sätt behövs en kommunikationsplan. Planen kan visa vilken information projektet behöver dela med sig av, men också vilken information som måste inhämtas. Genom att planera informationsflödet på ett strukturerat sätt, minimeras riskerna för att missa någon intressent, samt att tillgodose hens behov och önskemål att bli informerad. Matrisen nedan är ett exempel som visar olika perspektiv och behov att ta hänsyn till:

Vem? – målgrupp	Varför?	Vad?	När?	Hur?	Ansvarig
Styrgruppen	Kommer projektet skapa önskad nytta	Projektstatus	Vid beslutpunkter	Styrgruppsmöten eller vid behov	Projektledaren
Projektägaren	Kommer projektet att nå målen	Projektstatus	Enligt tidsplan eller behov	Rapporter eller styrgruppsmöten Informella möten	Projektledaren
Projektgruppen	Planering av egen tid	Aktiviteter som ska utföras	I början av projekt och löpande	Projektmöten Delegering	Projektledaren
Projektledaren	Hur projektet går Eventuella problem	Utfört arbete Förbrukade resurser Eventuella problem	Varje vecka	Rapporter Möten	Projektmedlem
Resursägare	Planering av egen verksamhet	Vilka resurser som behövs och när	I början av projektet och löpande	Resursbehovsplan	Projektledaren
Användare	Säkerställa realistiska förväntningar	Bakgrund, syfte och mål	I början av projektet och inför överlämning	Möten Webbplats för projektet	Projektägaren
... osv med övriga intressenter					

Källa: Bo Tonnquist *Projektledning*, (2018:7) Sanoma utbildning.

Har projektet **kostnader** och investeringar kopplade till kommunikationsplanen? Några vanligt förekommande kostnader kopplade till kommunikation är: personalkostnader (kommunikatör), material (tryckkostnader), konsultarvoden och annonsering.

Ta reda på i vilken **kanal** intressenterna nås bäst och vill bli informerade. Exempel på **skriftliga** kanaler: nyhetsbrev, rapporter, broschyrer, anslagstavlor, personaltidningar och pressreleaser. Exempel på **elektroniska** kanaler: intranät, mejl, sociala medier och chatt. Exempel på **fysiska** kanaler: möten, workshoppar, konferenser och utbildningar.

På nästa sida finns en **fri mall** att använda.

