



Fakta om kommunikationsstrategi

Pejler jeres kommunikationsstrategi efter de forretningsmæssige mål? Prioriterer strategien tydeligt valg – og ikke mindst fravalg? Har I en operativ plan, som hjælper med at navigere i den daglige kommunikation? Publico tilbyder at udvikle et fyrtårn for virksomhedens kommunikation i form af en kommunikationsstrategi, der understøtter forretningen.

En velfungerende kommunikationsstrategi er en forudsætning for:

- at den interne og eksterne kommunikation kan omsættes til virkelighed i overensstemmelse med organisationens overordnede mål, visioner og værdier
- at kommunikationsarbejdet kan tilrettelægges effektivt med stærkt fokus på mål og resultater
- at medarbejderne begrebsmæssigt er i samme båd

Det får I

Når Publico udvikler en kommunikationsstrategi, leverer vi et fyrtårn for organisationens kommunikation, en skræddersyet model over processen og et sæt operationelle pejlemærker for den interne og eksterne kommunikation i form af en kommunikationsplan (inklusive payoff og kernebudskaber). På den måde er det let at forankre kommunikationsstrategien i organisationen.

Lighthouse-modellen

Publico har udviklet Lighthouse-modellen, som visualiserer, hvordan processen og indholdet i en kommunikationsstrategi typisk ser ud:

Step 1: Analyse

Analysens formål er at komme hele vejen rundt om forretningens platform og udfordringer. Fikspunkter er eksempelvis forretningsstrategi, mission, vision og værdier, interessentanalyse, SWOT, PEST m.v.

Step 2: Strategi

Strategi-steppet rummer organisationens strategiske og taktiske overvejelser om, hvor virksomheden er på vej hen – og hvordan. Her ser vi bl.a. på kommunikationsmål, fokusområder, kernebudskaber, markedsposition, image og differentiering m.v.

Step 3: Plan

Planen er det konkrete kort over kommunikationsindsatsen, så alle ved, hvad der kommunikeres hvor og hvordan for at nå kommunikationsmålene. Planen beskriver som regel prioritering, fora, medier, milepæle, frekvens, timing, rollefordeling, ressourcer og budget.

Step 4: Eksekvering

Eksekveringen er den faktiske udførsel af kommunikationsinitiativerne.

Step 5: Måling

Målingen skal sikre, at virksomheden når de satte kommunikationsmål og danne baggrund for fremtidens målsætninger. Her ser vi på indsatsens effekt og resultater for at kunne revurdere mål og behov.

Om Publico

Publico er et kommunikationsbureau med fokus på at bruge gode historier til at styrke virksomheders relationer og dermed realisere forretningsmæssige mål. Publico omsætter forretningsstrategi til strategisk kommunikation, der skaber mening, fremkalder smil, flytter holdninger og ændrer adfærd. Publico har fire specialer: Kommunikationsrådgivning, tekstforfatning, PR samt magasiner og nyhedsbreve.

Hos Publico bygger vi den gode k-strategi op som et fyrtårn i fem lag:

- 1) Analyse af det nuværende ståsted (som vi kalder A)
- 2) Mål (det kalder vi B) og vejen dertil (valgt og fravalgt strategi)
- 3) Plan (valgte medier)
- 4) Eksekvering (milepæle, rollefordeling, timing og ressourcer)
- 5) Måling (virker strategien?)

