Kommunikationsplan för *Titel på forskningsprojektet*

*Kursiverad text är hjälptext och instruktioner. Den ska tas bort i det slutliga dokumentet.*

*Forskningsutföraren ansvarar för att ta fram en kommunikationsplan för projektet. Detta ska ske inom tre månader från projektstart om inget annat har överenskommits. Framtagandet ska ske i samarbete med kontaktpersonen på MSB. Kommunikationsplanen uppdateras och redovisas i samband med delrapporteringarna.*

*Detta dokument är ett stöd för framtagandet av kommunikationsplan för forskningskommunikation knuten till ett forskningsprojekt eller annan forskningssatsning finansierad av MSB. Alla underrubriker är inte per automatik tillämpningsbara för alla projekt.*

# Nuläge och analys

*Redogör för nuläget. Beskriv vad ni vill uppnå med forskningsprojektet. Vilka är de förväntade resultaten som ska kommuniceras? Vad ska åstadkommas med kommunikationen?*

*Andra viktiga frågor som kan vara bra att besvara är till exempel: Vad får man göra? Vad kan man göra? Vad kan göras just nu? Vilken roll har kommunikationen?*

Det kan också vara bra att fundera på nedanstående underrubriker.

## Möjligheter i kommunikationen

Vilka möjligheter finns det för kommunikationen?

## Hot i kommunikationen

Vilka hot finns det för kommunikationen?

## Samverkansbehov

 Finns det behov av samverkan med andra för att lyckas bättre med kommunikationen kring projektet? Finns det behov av att göra en intressentanalys?

# Målgrupper

*Lista dem som har nytta av eller bör känna till erfarenheter och resultat från forskningsprojektet. Dessa kan till exempel finnas inom forskarsamhället, bland studenter, kommuner, län, landsting, myndigheter, näringslivet och/eller bland en bred allmänhet. Vilka är de viktigaste målgrupperna? Gruppera målgrupperna så att de har samma eller liknande behov av kommunikation och var inte för generell eftersom det då kan bli svårt att så småningom beskriva budskap, kanaler och aktiviteter.*

# Kommunikationsmål

*Sätt upp mål för vad kommunikationen ska åstadkomma för respektive målgrupp. Typiska kommunikationsmål kan vara vad man vill att målgruppen ska göra, veta, tycka eller känna.*

# Budskap

*Beskriv vad det är som ni vill kommunicera i form av budskap till varje målgrupp. Är alla erfarenheter är viktiga för alla målgrupper? Är det något särskilt som ska kommuniceras? Finns det andra aspekter av projektet än forskningsresultaten som är av intresse (metod, samarbeten, kontakter osv)?*

# Kanaler

*Beskriv hur ni planerar att nå ut med budskapen till varje målgrupp. Budskap kan nå målgrupper på olika sätt, genom olika kanaler. Exempel på kanaler är publikationer, webben, pressmeddelanden, faktablad, möten, konferenser. Identifiera de kanaler för forskningskommunikation som inblandade aktörer har tillgång till och har respekt för. Fundera också på hur ni bäst gör er förstådda för respektive målgrupp.*

# Aktiviteter

*Lista kommunikationsaktiviteter som ni planerar genomföra. Det kan handla om vetenskapliga och populärvetenskapliga publiceringar, seminarier, föreläsningar, deltagande i konferenser, nätverk, webbsidor, möten eller samarbete med målgrupper osv. Redogör också för ansvarig för aktiviteten och budget.*

# Budskap och aktiviteter per målgrupp/Aktivitetsplan

Punkterna 2-5 i kommunikationsplanen kan även ställas upp i tabellform. Tabellen ger en överblick av budskap, kanaler och aktivteter per målgrupp. Vad ska göras? Vem ska göra vad? När ska det göras? Vilken status har aktiviteten?

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Målgrupp | Budskap | Kanal | Aktiviteter | Tid | Ansvarig | Status |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

Al

*Som alternativ eller möjligen komplement till uppställningen efter målgrupp kan kommunikationsplanen punkterna 2-5 listas i en tidsplan utefter när aktiviteterna ska genomföras*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Tid | Aktiviteter  | Kanal | Målgrupp | Budskap | Ansvarig | Status |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |