

Arbetsblad för planering av nyheter

Beskriv ditt tips/din idé:

Beskriv syftet/målet med din kommunikationsinsats:

Passar syftet/målet in i verksamhetens mål/prioriteringar?

Vilken målgrupp vill du nå?

På högskolan kommunicerar vi både externt och internt. Internt delas målgrupperna in i medarbetare och studenter. I dessa två grupper finns många undergrupper t.ex. studierektorer, studenter på ett visst program, chefer etc.

Externt är det många fler, våra vanligaste är (utan inbördes ordning): Presumptiva studenter, presumtiva medarbetare, näringsliv och samverkansparter, andra forskare och forskningsfinansiärer, politiker och tjänstemän, media, allmänhet.

I vilken/vilka kanaler når du bäst målgruppen/målgrupperna?

Exempel på kanaler (vi har flera konton/webbsidor till de olika målgrupperna):

Internt: Webb, meddelande på personlig startsida, möten, mejl, Instagram, bordsprat, PingPong, Studentnytt, hissaffischer, TV-skärmar.

Externt: Webb, Instagram, Twitter, LinkedIn, Facebook, YouTube, media, pressmeddelande, mejl, event, mässor, skolbesök, annons, TV-skärmar, trycksak.

Vilket eller vilka format passar bäst för den kanal du valt och ditt syfte/mål?

Exempel på format: Nyhet, film, debattartikel, sociala medier-inlägg, pressmeddelande, webbsida.

Har du budget för sponsring av SOME-inlägg? Bedömer du att nyheten är av så stort nyhetsvärde att det ska göras pressmeddelande? Är intervjupersonen villig att dela some-inlägget i sina egna kanaler?

Om svaret är ja på några av dessa frågor kan du göra lite längre och mer omfattande text. Annars försök hålla dig till notisformat där du lägger krut på rubrik och ingress och sedan länkar vidare exempelvis till projekt eller annan webbsida.

När i tiden behöver du göra insatsen?

Hur och när ska du mäta/utvärdera om du uppnådde syftet/målet?

Vad fick du för resultat utifrån ditt/dina syften/mål?