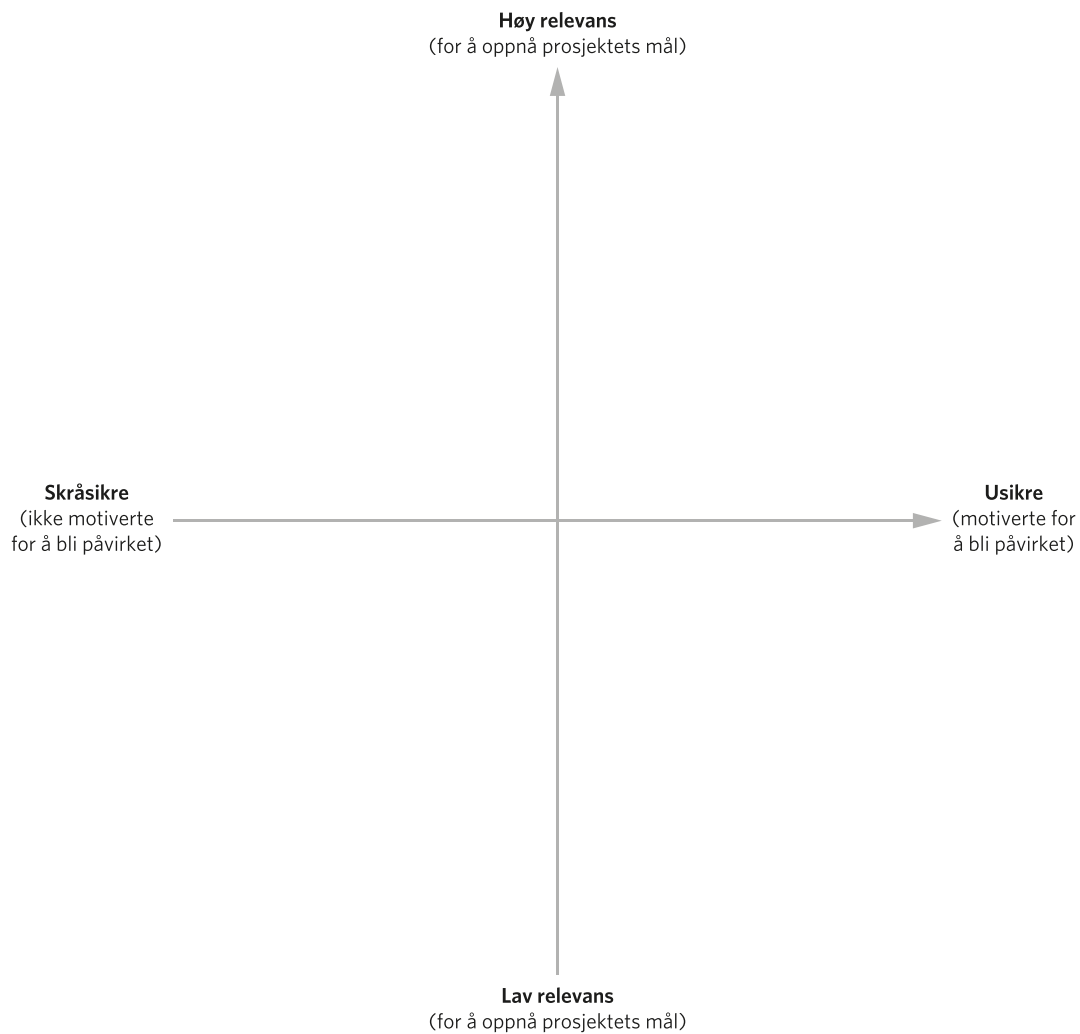


Vedlegg

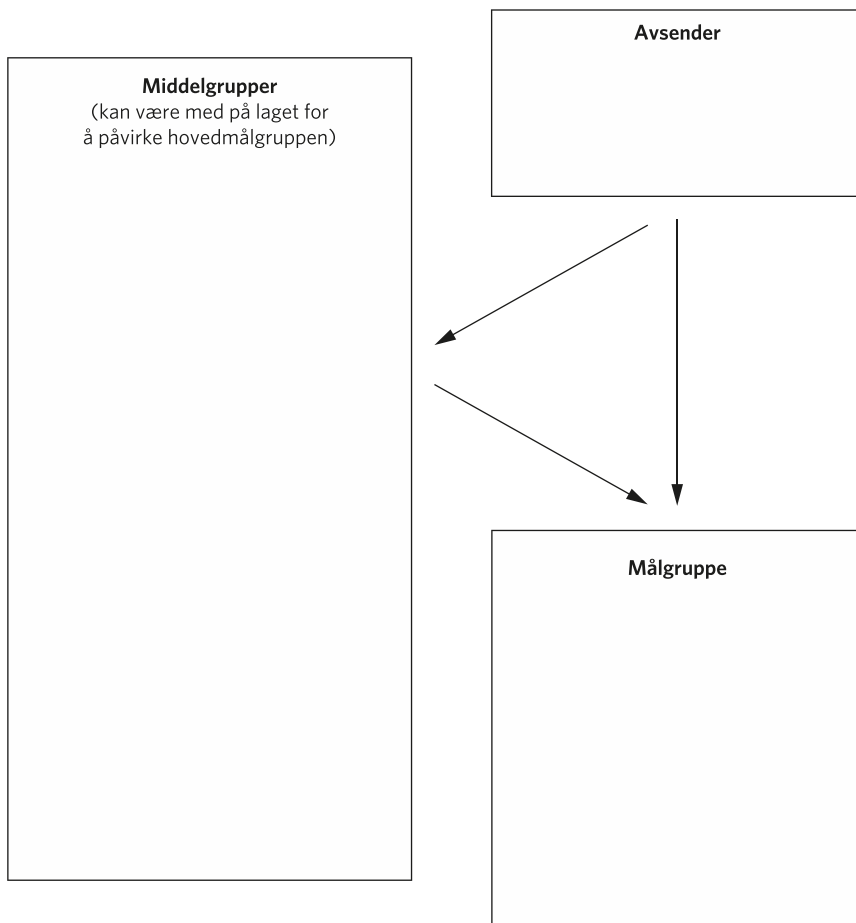
Tabeller og figurer til utfylling

Tabell 1.1 Utgangspunktet for kommunikasjonstiltaket

Avsender	
Mål	
Målgruppe	

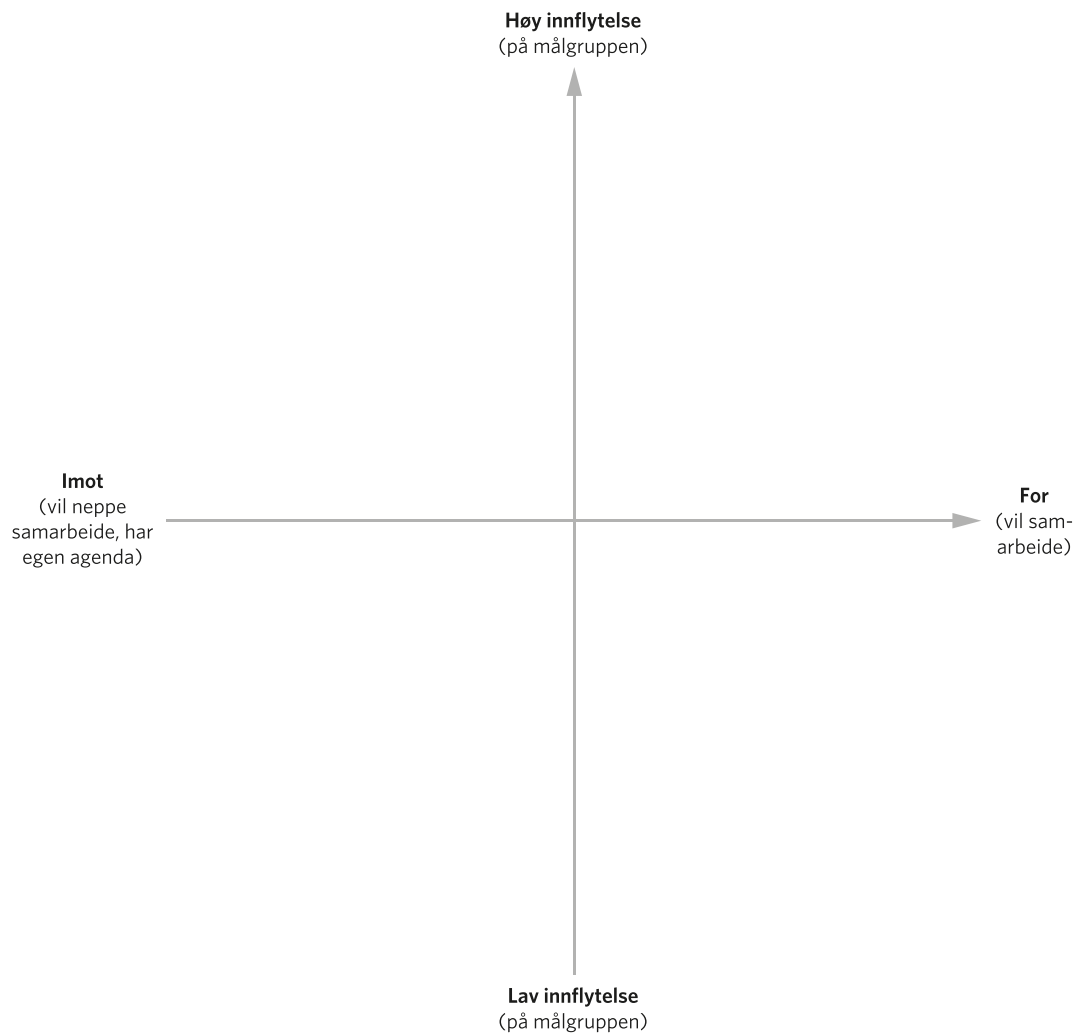


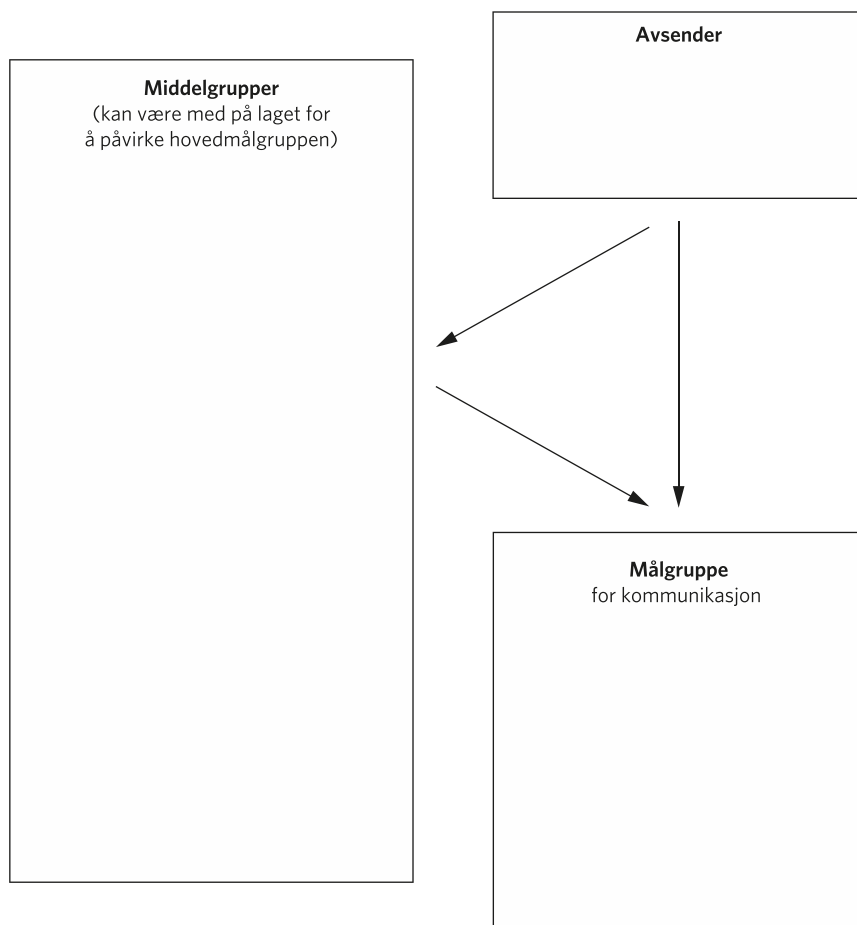
Figur 2.1

**Figur 2.2**



Figur 2.3

**Figur 2.4**



Figur 2.5

Tabell 3.1 Evaluering av oppstart av et kommunikasjonstiltak

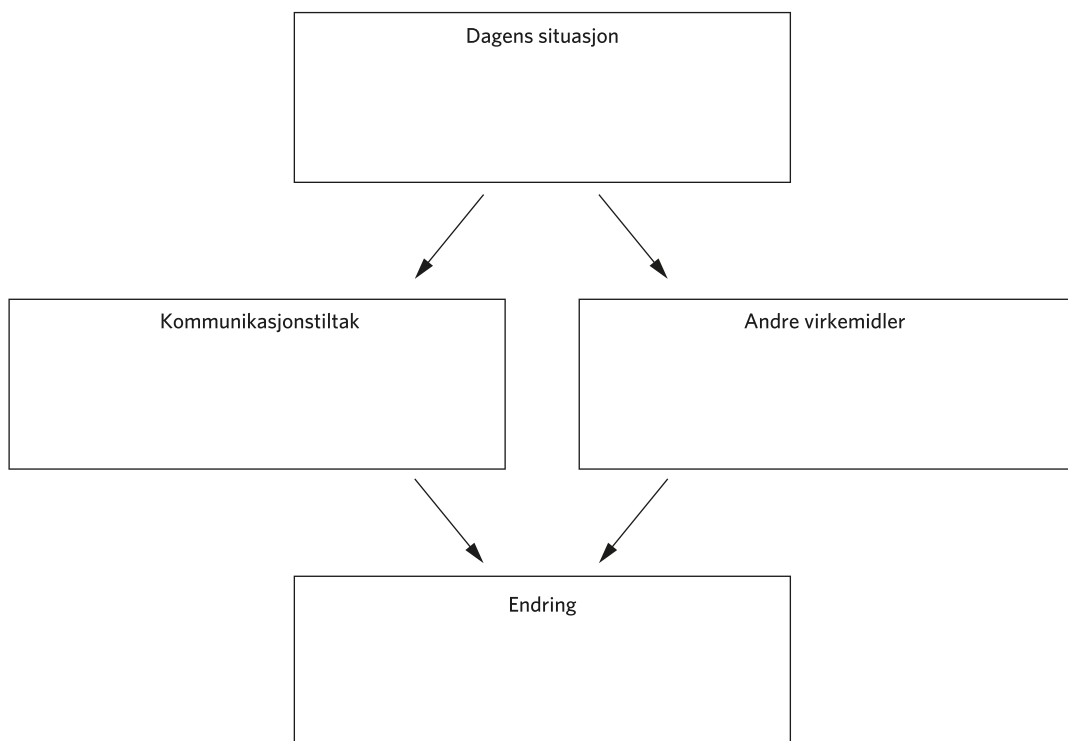
	Ja
Er målet med kommunikasjonstiltaket formulert tydelig og klart?	
Er ledelsen av organisasjonen eller avdelingen du jobber for, enig med målsettingen for kommunikasjonstiltaket?	
Er det enighet om hvor mye ressurser du skal bruke på kommunikasjonstiltaket?	
Har du oversikt over hvem som har kunnskap om det aktuelle temaet internt?	
Er det enighet om hvilke medarbeidere som <i>skal</i> være med på den videre planleggingen av prosjektet?	
Er det enighet om hvilke medarbeidere som <i>kan</i> være med på utforming og deltakelse i de konkrete kommunikasjonstiltakene?	
Er det enighet om hvilket eksterne grupper (middelgrupper) du kan inngå samarbeid med?	
Er kriteriene for evaluering av prosjektet formulert tydelig og klart?	
Er det enighet om hvor mye ressurser som skal brukes på å evaluere prosjektet?	

Tabell 3.2 Evaluering av kunnskapsinnhenting

	Ja
Har du fått tak i den relevante kunnskapen som finnes internt i organisasjonen?	
Har du kommet i god dialog med aktuelle samarbeidspartnere og eventuelt middelgrupper?	
Har du gjort søk på nettet og i forskningsdatabaser som har gitt resultater?	
Har du tilstrekkelig kunnskap om temaet du skal kommunisere?	
Har du nok kunnskap om målgruppen (hva som kjennetegner målgruppen)?	
Har du nok kunnskap om hva målgruppen vet om temaet i dag?	
Har du nok kunnskap om hva målgruppen ønsker å vite?	
Har du nok kunnskap om hva målgruppen er motivert til å gjøre?	
Har du nok kunnskap om hva slags informasjon målgruppen mangler for å komme dit vi ønsker?	

Tabell 3.3 Målgruppens forhold til avsendere

Avsender	Kjennskap	Stoler på	Vil dem vel	Troverdighet på området	Kunnskap om tema

**Figur 5.1**

Tabell 5.1 Trinnene fra å skape oppmerksomhet til å endre handling

Type mål	Hvordan få det til	Hvordan
Endre handling		
Endre holdning		
Oppnå aksept		
Skape forståelse		
Gi kunnskap		
Skape oppmerksomhet		



Tabell 5.2 Hvilke oppfatninger har målgruppen om foreldre og foresatte til barn i debutalder om alkohol – hvorfor har de andre oppfatninger?

1	2	3	4
Målgruppe	Kommunikasjonsmål: ønsket oppfatning (det vi ønsker)	Hvilke oppfatninger har målgruppen om saken nå?	Hvorfor har de andre oppfatninger?

Tabell 5.3 Kommunikasjonsmålsetting med målbare mål

Type mål	Målsetting	Hvor mange?
Endre handling		
Endre holdning		
Oppnå aksept		
Skape forståelse		
Gi kunnskap		
Skape oppmerksomhet		



Tabell 6.1 Skape budskap med relevans

TRINN 6	Endre handling: Motivere til å velge løsningen. «Hva tjener jeg på det?»	
TRINN 5	Endre holdning: «Hva jeg føler om saken. Er dette meg, slik jeg vil fremstå?»	
TRINN 4	Oppnå aksept: Gi en løsning på problemet	
TRINN 3	Skape forståelse: Bekrefte kunnskap/holdninger som målgruppen har fra før	
TRINN 2	Gi kunnskap: Forklare sammenheng	
TRINN 1	Skape oppmerksomhet: Peke på problemet	

Tabell 6.2 Holdbarheten i budskap

Budskap	Er det sant?	Er det relevant for målgruppen?	Kan det dokumenteres (fakta, case)?	Er budskapet holdbart over tid?	SUM

Tabell 7.4 Valg av kommunikasjonskanal

Medietype	Spesifisert medium	Hensikt	Fordeler	Ulemper

Tabell 8.1 Konkrete kanaler og tiltak

Kanal	Konkret tiltak	Målgruppe	Målsetting

Tabell 9.1 Evaluering av planlegging av innlegg i massemedier

	Ja
Er du sikker på at den avisen/nettsiden du har valgt, <i>kan</i> være interessert i å bruke spalteplass på ditt tema?	
Leser kjernemålgruppen denne avisen/nettsiden?	
Har du klart for deg hva du vil med innlegget (målsetting)?	
Er dette målet i tråd med hva ledelsen i organisasjonen ønsker?	
Støtter dette målet opp om det du vil oppnå med det helhetlige kommunikasjonstiltaket?	
Har du et klart hovedbudskap?	
Har du (minst) tre gode argumenter for hovedbudskapet?	
Kjenner du til hva som er skrevet i denne avisen/nettsiden om temaet det siste halve året?	
Kjenner du til hva andre aviser og nettsider har skrevet om det samme temaet den siste måneden?	
Vet du hvor langt du kan skrive (kronikker har gjerne en fast lengde, mens andre innlegg gjerne skal være kortere)?	

Tabell 9.2 Evaluering av planlegging av mediekontakt

	Ja
Er du sikker på at den journalisten du har tenkt å ta kontakt med, <i>kan</i> være interessert i å bruke tid på dette temaet?	
Leser/hører/ser kjernemålgruppen denne avisen/nettsiden/radiokanalen/TV-kanalen?	
Har du klart for deg hva du vil med mediekontakten?	
Er dette målet i tråd med hva ledelsen i organisasjonen ønsker?	
Støtter dette målet opp om det du vil oppnå med det helhetlige kommunikasjonstiltaket?	
Har du et klart hovedbudskap?	
Vil dette hovedbudskapet bygge opp om målet med mediekontakten?	
Har du (minst) tre gode argumenter for hovedbudskapet?	
Er det du skal fortelle, interessant for flertallet av mediets publikum?	
Kan journalisten lage en god historie på grunnlag av det du har å fortelle – slik at forventningene til nyheter eller reportasjer i det aktuelle mediet blir oppfylt?	
Finnes det noen nyhetskriterier i denne saken (konflikt, vesentlighet, identifikasjon, sensasjon, aktualitet)?	
Kjenner du til hva dette mediet har skrevet om temaet den siste måneden?	
Kjenner du til hva den utvalgte journalisten har skrevet om temaet det siste halve året?	

Tabell 9.3 Kritisk evaluering av avvist medieinnslag

	Ja
Er du sikker på at du tok kontakt med riktig journalist?	
Hadde du et klart hovedbudskap?	
Hadde du (minst) tre gode argumenter for hovedbudskapet?	
Var det du fortalte, interessant for flertallet av avisens lesere?	
Kan journalisten lage en god historie på grunnlag av det du fortalte – slik at forventningene til nyheter eller reportasjer i den aktuelle avisen blir oppfylt?	
Finnes det nok nyhetskriterier i denne saken (konflikt, vesentlighet, identifikasjon, sensasjon, aktualitet)?	
Har avisen skrevet om dette temaet det siste halve året?	

Tabell 9.4 Evaluering av planlegging av utvikling av innhold på nett

	Ja
Har de som skal utvikle nettsiden og/eller innholdet, en tydelig forståelse av hensikten?	
Er det enighet om hvor mye ressurser vi skal bruke på nettsiden og/eller innholdet?	
Er det enighet om hvilke medarbeidere som <i>skal</i> være med på den videre planleggingen av nettsiden og utviklingen av innholdet?	

Tabell 9.5 Evaluering av noen krav til nettstedets forsiden

	Ja
Kommuniserer forsiden tydelig hvem som er avsender?	
Kommuniserer forsiden tydelig hva som er hensikten med nettsiden?	
Er det enkelt å finne frem til kontaktpunkter: e-post, telefonnummer o.a.?	
Er viktig informasjon for kommunikasjonsprosjektet lett tilgjengelig fra forsiden?	
Er det gjort en tydelig prioritering (er mindre nyttig informasjon fjernet)?	
Skaper forsiden et positivt inntrykk av organisasjonen/prosjektet?	

Tabell 9.6 Evaluering av tekster på nettsiders forsider

	Ja
Er alle overskriftene maksimum 55 tegn?	
Er overskriftene selvforklarende?	
Avsluttes tekstene med en oppfordring til handling?	
Er det kun korte avsnitt i tekstene?	
Er det tilstrekkelig med mellomtitler?	
Er det satt inn hensiktsmessige kulepunkter (hvis mulig)?	
Er det dette innhold målgruppen ønsker?	
Er dette innholdet med på å bygge opp om kommunikasjonstiltakets målsetting?	

Tabell 9.7 Evaluering av planer for å nå frem med nettsiden til ulike målgrupper

Delmålgruppe	Tiltak	Innhold

Tabell 9.8 Evaluering av planlegging av utvikling av innhold i sosiale medier

	Ja
Har de som skal arbeide med sosiale medier, en tydelig forståelse av hensikten?	
Er det enighet om hvor mye ressurser vi skal bruke på oppdateringer og respons?	
Er det enighet om hvilke medarbeidere som skal være med på det videre arbeidet (oppdateringer og respons)?	
Er det enighet om hvilke kriterier som skal brukes i evalueringen?	

Tabell 9.9 Evaluering av oppstart av utviklingen av et event

	Ja
Er alle som er involvert i planleggingen av eventet, enige i målsettingen?	
Er det enighet om hvor mye ressurser du skal bruke på eventet?	
Har du oversikt over hvem som har kunnskap om det aktuelle temaet internt?	
Er det enighet om hvilke medarbeidere som <i>skal</i> være med på den videre planleggingen av eventet – og hvem som <i>kan</i> være med på utforming og deltakelse?	
Er det enighet om hvilke eksterne grupper (middelgrupper) du skal inngå samarbeid med?	
Er det enighet om kriterier for evaluering av eventet?	
Er det enighet om hvor mye ressurser som skal brukes på å evaluere eventet?	

Tabell 9.10 Evaluering av planlegging av et event

	Ja
Vet alle hva som er hensikten med eventet?	
Vet alle hva slags publikum som kommer på eventet?	
Vet alle hva deres oppgaver er?	
Vet alle hvem de kan henvende seg til om noe går galt?	
Har alle tilstrekkelig kunnskap til å svare på de mest grunnleggende spørsmålene som er knyttet til eventets mål	
Vet alle hvem de skal henvise publikum til om de får spørsmål de ikke kan svare på?	

Tabell 9.11 Evaluering av gjennomføring av et event

	Ja
Blir alle deltakerne på eventet tatt godt imot og ønsket velkommen?	
Ser det ut som at deltakerne føler seg velkomne?	
Ser det ut som at deltakerne finner seg raskt til rette i lokalet?	
Får alle sentralt informasjonsmateriale levert i hånden?	
Finner alle frem til annet ønsket informasjonsmateriale?	
Blir foredrag og andre aktiviteter tydelig introdusert for publikum?	
Er det godt oppmøte på foredrag og andre aktiviteter?	
Blir deltakerne takket for oppmøtet og eventuelt ønsket velkommen igjen?	
Fungerer rommene for foredrag og andre aktiviteter?	
Skaper de som leder arrangementene, engasjement blant deltakerne?	

Tabell 9.12 Evaluering av forberedelser av taler og foredrag

	Ja
Er talens mål (fra organisasjonens ståsted) tydelig definert?	
Har talen et tydelig hovedbudskap?	
Har talen et anslag som kan vekke oppmerksomhet og nysgjerrighet hos målgruppen?	
Blir hensikten (for tilhørerne) tydelig definert tidlig i talen?	
Presenteres det et relevant problem (eller en mangel) tidlig i talen?	
Bygges det opp en spenning i talen som holder på målgruppens oppmerksomhet?	
Ender talen i en tydelig løsning på det problemet som ble presentert?	
Er denne løsningen med på å drive kommunikasjonstiltaket vårt videre?	
Presenteres fordelene med en slik løsning?	
Har talen tilstrekkelig med argumenter (logos) for løsningen og fordelene med en slik løsning?	
Er de sentrale læringspunktene tydelig fremhevet?	
Virker det som om ordvalg, argumentasjon og setningsoppbygging er tilpasset målgruppen?	
Virker det som om talens lengde er tilpasset målgruppen og situasjonen?	
Virker det som om talens kompleksitet er tilpasset målgruppen og situasjonen?	
Er talen krydret med en passe dose patos (historier, identifikasjon, følelser)?	
Er talen preget av å skape gode relasjoner til tilhørerne?	
Er det mulig å komme seg gjennom hele talen på den oppsatte tiden?	
Har den som skal introdusere taleren, tilstrekkelig og riktig kunnskap om foredragsholderen?	

Tabell 9.13 Evaluering av PowerPoint og andre lysark for bruk i taler og foredrag

	Ja
Er lysarkene preget av bilder og illustrasjoner (uten unødvendig animasjon i lysarkene)?	
Er det maksimum tre punkter eller setninger på hvert lysark?	
Virker det som om ordene er tilpasset målgruppen?	
Har lysarkene noen verdi utover å være en huskeliste for den som skal snakke?	
Er lysarkene uten skrivefeil?	
Er språket forståelig?	

Tabell 9.14 Evaluering av gjennomføring av taler

	Ja
Blir foredragsholderen presentert på en måte som skaper nysgjerrighet og forventning hos publikum – får taleren et godt utgangspunkt (etos)?	
Går foredragsholderen direkte i gang, uten at tekniske problemer skaper irritasjon blant publikum?	
Viser foredragsholderen at han eller hun er glad for å stå på akkurat denne talerstolen?	
Viser foredragsholderen at han eller hun er oppmerksom på publikum?	
Er foredragsholderen tydelig til stede under hele talen (uten å bli borte i en gjennomgående forstyrrende PowerPoint)?	
Med ferdig manus: Klarer foredragsholderen å gi en levende opplesning av manus? Uten manus: Klarer foredragsholderen å snakke på en sammenhengende måte, slik at det er enkelt å følge det som blir sagt?	
Holder taleren humøret, engasjementet og den positive holdningen oppe under hele talen?	
Snakker taleren sakte og tydelig slik at alle får med seg det som blir sagt?	
Tar taleren nok pauser (uten forstyrrende <i>nølebrøl</i>)?	
Snakker taleren høyt nok til at de som er bakerst i lokalet, klarer å høre hva som blir sagt?	
Holder taleren seg innenfor den oppgitte tiden?	
Er det tid for spørsmål?	
Oppfordrer foredragsholderen publikum til en relevant handling som en konsekvens av talen (oppsøke mer informasjon, melde seg på et kurs e.a.)?	
Fungerer avslutningen, hvor det takkes for oppmøtet?	

Tabell 9.15 Evaluering av planlegging av samtaler

	Ja
Vet alle hva som er hensikten med samtalene?	
Vet alle hva slags publikum som kommer på eventet?	
Vet alle som skal bidra på eventet, hvem de kan henvende seg til om noe går galt?	
Har alle som skal bidra på eventet, tilstrekkelig kunnskap til å svare på de mest grunnleggende spørsmålene?	
Vet alle hvem de skal henvise publikum til om de får spørsmål de ikke kan svare på?	