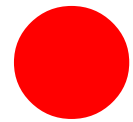


Planering

**Marknadsföring, sociala media och pressarbete
för mina/mitt projekt**



MITT PROJEKT

- Projektets namn:
- Projektets organisation:
- Projektets mål:
- Interna intressenter och samarbetspartners:
- Omvärldsbevakning:

TIDPLAN

- Projektets start:
- Viktiga hållpunkter inklusive press och media:
- Genomförande:
- Utvärdering:

MÅLGRUPPER

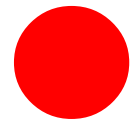
- Projektets målgrupper är:
- Höglojala, Lojala, Icke-lojala
- Demografiska kriterier, funktionella, livsstilsstyrda etc.

INTRESSENTER

- Media, myndigheter, samarbetspartners
- Identifiera intresserad och involveringsgrad

MÅLGRUPPERNAS KATEGORISERING OCH BEHOV

- Höglojala
- Lojala
- Icke-lojala



VILKA KANALER ANVÄNDER MÅLGRUPPERNA

- Höglojala
- Lojala
- Icke-lojala

SOCIALA MEDIA STRATEGI

- Vilken publik har du idag? Vilken vill du ha?
- Vad har du som engagerar dina målgrupper?
- Kategorisera och gör en tidsplan för BAS information och KAMPANJ information

BUDSKAPSPLATTFORM och KOMMUNIKATIVA MÅL FÖR ATT NÅ MÅLGRUPPERNA

- Vilka budskap vill jag sätta:
- Vilka är mina kommunikativa mål (känna till, kunna, tycka, göra)

PRESSARBETE

Vad vill vi uppnå genom att synas i media

Omvärldsanalys för pressbearbetningen

Text och bild

Vad, varför, vem, när, hur