



**ØKONOMI- OG ERHVERVSMINISTERIET**

## Kommunikationsplan.

Kommunikationsplanen må maksimalt fylde 10 normalsider á 2400 anslag. Der kan vedlægges særskilte bilag til planen.

### 1. Budskaber og disses sammenhæng med fondens temaområder

A. Beskriv kort den internationale kommunikations overordnede budskaber og disses sammenhæng med fondens fire temaområder.

### 2. Kommunikationskompetencer og samarbejdspartnere

A. Redegør for hvilke ansatte i organisationen/virksomheden/institutionen og/eller eksterne instanser, der håndterer såvel den nationale som den internationale kommunikation.

B. Redegør kort for, hvilke samarbejdspartnere og samarbejdsrelationer, der i øvrigt er involveret i projektets kommunikation og hvordan (f.eks. turistorganisationer, mediasamarbejder, PR- og kommunikationsbureauer, faglige netværk m.m.).

### 3. Målgrupper

A. Beskriv kort de målgrupper, kommunikationen henvender sig til (ex. gæster, turister, presse, medietyper, meningsdannere m.fl.), og foretag en prioritering af målgrupperne. Hvem er det, projektet vil kommunikere med og hvorfor?

B. Beskriv de geografiske fokusområder for den internationale kommunikation, hvis dette er relevant.

#### **4. Markedsføring & PR**

A. Beskriv, hvordan PR og markedsføring prioriteres i den samlede kommunikationsindsats.
B. Beskriv hvilken synergi, der forventes at opstå mellem PR-indsatsen og markedsføringsindsatsen (anvendes ikke både PR og markedsføring, beskriv da årsagerne til dette).

#### **5. Kommunikationsredskaber**

A. Beskriv kort den samlede nationale og internationale markedsføringsindsats inklusiv målgrupper og medietyper (med markedsføring menes traditionel annoncering, viralmarkedsføring og anden ikke-redaktionel synlighed). En evt. indrykningsplan vedlægges som appendiks til kommunikationsplanen.
B. Beskriv kort de PR-redskaber, der benyttes, og disses anvendelse i forhold til de enkelte målgrupper (med PR-redskaber menes de redskaber, der benyttes ud over annoncering og anden markedsføring, f.eks. pressemeddelelser, nyhedsbreve, kanvas, pressebesøg, presseture, arrangementer m.m.).

#### **6. Tidsplan for kommunikation**

A. Beskriv kort det samlede tidsforløb for kommunikationen fra igangsættelse til evaluering. Tidsplanen skal indeholde hovedaktiviteter fra såvel den nationale som internationale kommunikation.

#### **7. Budget for kommunikation**

A. Hvad er det samlede budget for kommunikationsindsatsen – og hvor meget er der sat af til de enkelte aktiviteter? Budgettet kan vedlægges som særskilt bilag til kommunikationsplanen.

## 8. Succeskriterier

A. Beskriv kort succeskriterierne for den samlede internationale kommunikation (både markedsføring og PR). Beskriv både overordnede succeskriterier og konkrete, målbare succeskriterier. Angiv den forventede mængde af forskellige typer omtale i forskellige medietyper samt det forventede antal og type besøgende (hvis relevant) m.m.

B. Beskriv også kort, hvilke metoder, der vil blive benyttet til måling og evaluering af de enkelte succeskriterier (presseklip, spørgeskemaundersøgelser, stikprøveundersøgelser m.m.).

## 9. Øvrige bemærkninger til den planlagte kommunikationsindsats