

VEJLEDNING TIL KOMMUNIKATION AF PROJEKTET

Dit projekt er støttet med midler fra Nordea-fonden, som har et almennyttigt formål. Det betyder, at de støttede projekter skal være nyttige for samfundet som helhed og tilgængelige for mange.

Det formål bidrager kommunikation af projektet til: Måske frembringer dit projekt ny viden, som andre kan have nytte af. Måske kan andre have glæde af at deltage i projektet. Eller måske kan projektet inspirere andre til at gøre noget lignende.

Derfor skal du som projektejer udarbejde og gennemføre en plan for kommunikationen af projektet, herunder ekstern offentliggørelse af projektet og fondens støtte til det. Send udkast til fondens godkendelse i god tid inden ekstern offentliggørelse.

Til inspiration har vi lavet en tjekliste for kommunikationsindsatsen. Den er i tre dele: Strategi, planlægning og kreditering.

TJEKLISTEN

1. Kommunikationsstrategien

Formål: Hvilke mål skal kommunikationen understøtte?

Målgrupper: Hvem vil I nå og hvorfor? Hvad motiverer målgrupperne?

Interessenter: Hvem vil hvad med projektet? Og hvordan vil I involvere eller håndtere jeres interessenter?

Fortælling/budskab: Hvad er den ”store fortælling” om projektet, og hvad er projektets tre vigtigste budskaber til målgrupperne?

Visuel identitet: Hvordan ser projektet ud? (Logo, design, fotos mv.)

Talsmand: Hvem udtaler sig om projektet eller bestemte dele af det?

Risikohåndtering: Hvilke potentielle risici er der i projektet og kommunikationen af det, og hvordan håndteres de internt og eksternt?

Succeskriterier: Hvilke mål har I for kommunikationsindsatsen, og hvordan måler vi løbende på, om vi er på rette vej?



2. Kommunikationsplanen

Kommunikationsplanen løber fra den interne lancering af projektet til afslutningen af projektet. I tiden mellem start og slut vil der for nogle projekter være milepæle, som skal behandles særskilt i planen.

Hvilke(n) målgruppe(r) henvender de konkrete kommunikationsaktiviteter sig til, og hvad vil du opnå (mål)?

Hvilke konkrete kanaler vil du benytte i kommunikationen?

1. Egne kanaler (fx egen hjemmeside, egne tryksager, nyhedsbreve, sociale medier, arrangementer, osv.)
2. Andres kanaler – fortjent omtale (fx pressemeddelelser, presseindsalg, blog-af-taler osv.)
3. Andres kanaler – købt omtale (fx annoncering, viral markedsføring og anden ikke-redaktionel synlighed)

Hvilke virkemidler vil du benytte i kommunikationen? Eksempler:

- Massemedier – lokale/landsdækkende – trykte/elektroniske
- Egen hjemmeside eller andres hjemmesider
- Sociale medier, fx Facebook, Twitter, Instagram m.fl.
- Film, fotoserier og lign.
- Udstillinger, Folkemødet, gå-hjem-møder mv.
- Nudging, events og anden oplevelseskommunikation
- Ambassadører og anden netværkskommunikation
- Hvidbog, rapporter og anden faktabaseret formidling.



3. Kreditering af Nordea-fonden i kommunikationen

Hvordan sikres Nordea-fondens visuelle og tekstuelle synlighed/kreditering i kommunikationen; herunder i evt. tredjeparts kommunikation? Hvordan sikres den permanent – fx i form af skiltning?

Ved udarbejdelse af materialer (fx plakater, brochurer, annoncer, videoer m.m.) skal du kreditere fonden ved at indsætte fondens logo. Find det her: nordeafonden.dk/logo.

På sociale medier må du gerne tage @nordeafonden i relevante opslag.

Side 3 af 4

Før ekstern offentliggørelse af fondens uddeling til projektet skal du sende os pressemeddelelse/tekst til godkendelse. I pressemeddelelser bruges fondens navn, ikke logo. Når du omtaler fonden, vær opmærksom på:

- Fonden støtter projekter – den sponsorerer ikke
- Fonden er bidragsyder – ikke sponsor
- Fonden uddeler – den donerer ikke
- Fondens stavemåde er Nordea-fonden

Ved interviews om projektet bedes oplyst, at projektet er støttet af Nordea-fonden.

For at sikre at fonden krediteres på den rigtige måde, beder vi dig sende materiale med fondens logo eller navn til godkendelse i fonden.

Tidsplanen

Tidsforløbet for kampagnen eller dele af den. Husk at budgettere.

Tid	Mål og indhold	Målgruppe	Kommunikationskanaler
Januar 2014	Ekstern offentliggørelse af projektet. Formål: at informere om projektet og skabe interesse om det hos interne og eksterne interessenter.	Alle borgere - lokalt som nationalt - samt potentielle samarbejdspartnere.	- Pressemeddelelse til lokale og landsdækkende medier samt magasinet 'Danske Kommuner' - Nyhed på hjemmeside og opslag på facebookside - Artikel i kommunens magasin.
Februar 2014 og løbende gennem hele projektet	Information om projektet ved projektstart samt løbende status omkring projektets aktiviteter og resultater. Formål: at informere om projektet og skabe interesse om det – både i forbindelse med projektopstart og månedligt gennem projektperioden.	- Politikere - Samarbejdspartnere: 1) Borgerinddragelses-gruppe 2) Skoleledere og hjemmekundskabslærere og øvrige relevante, kommunale medarbejdere 3) Lokale butikker	- Et faktaark om projektet produceres i et oplag på ca. 250 stk. og distribueres til relevante interessenter - Et nyhedsbrev eller et mindre nyheds-filmklip udsendes hver måned, så alle med interesse kan følge med i projektet.

Eksempel: Kommunikationsplanen kan evt. opstilles i tabel (uddrag).

Videndeling på fondens hjemmeside og sociale medier

Side 4 af 4

Vi opdaterer løbende fondens hjemmeside og sociale medier med omtale, fotos og videoer af støttede projekter for at vise, hvad vi støtter – og for at inspirere andre til at søge støtte – samt for at dele viden. Det kan være om alt fra kurser og seminarer til ny viden fra evalueringer eller lignende.

Send os derfor gerne (link til) dine billeder, videoer, invitationer og evalueringer, så vi kan bidrage til at sprede budskabet. Du skal blot sikre dig, at rettighedshaverne og medvirkende har accepteret, at vi må bruge materialet.

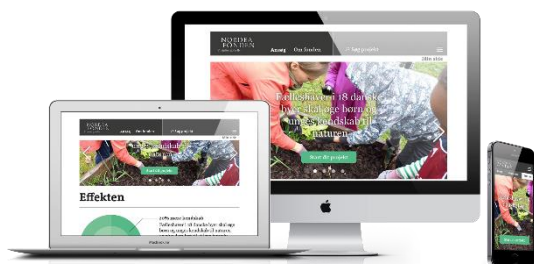
Vi foretrækker billeder med folk engageret i projektet, der udstråler livslyst, engagement og fællesskab – fx som billederne herunder.



Kontaktperson om kreditering og kommunikation

Kommunikationschef Tine Wickers tw@nordeafonden.dk T 4070 3784.

Følg Nordea-fonden på web og sociale medier



www.nordeafonden.dk

[Facebook](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)

[LinkedIn](#)

@Nordeafonden

@Nordeafonden

@Nordeafonden

@Nordeafonden