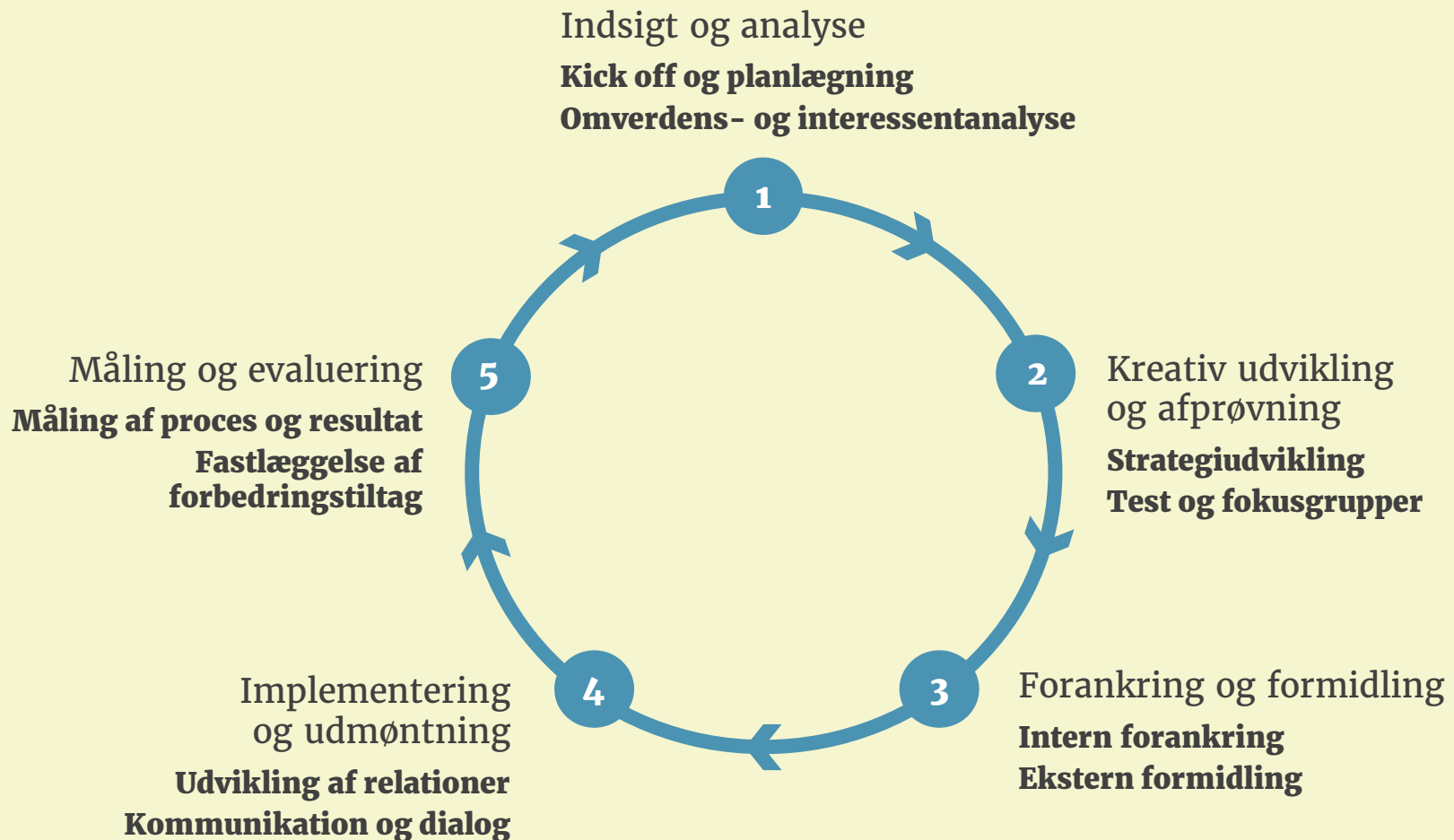


**CORPORATE
RELATIONS**

**50 råd om
udvikling, forankring,
formidling, udmøntning
og evaluering af
relationsstrategien.**

Udviklingsprocessen



Råd 1-8 Indsigt og analyse

Råd 9-20 Kreativ udvikling og afprøvning

Råd 21-30 Forankring og formidling

Råd 31-42 Implementering og udmøntning

Råd 43-50 Måling og evaluering

Råd #1-8

Indsigt og analyse

Råd #1

**Definér væsentlige
samfundstendenser.
Fastlæg betydningen for
fremtidige relationer.**

Råd #2

**Foretag en analyse af
dine interesser.
Brug indsigten aktivt i
strategien.**

Råd #3

**Kortlæg de mest
indflydelsesrige og
kritiske interessenter.**

Råd #4

Kortlæg brandstyrke.
Definér position og
relationer i forhold til
peers og best practice.

Råd #5

Kortlæg
kommunikations-
og vidensstrømme i
organisationen.

Råd #6

**Kortlæg de væsentligste
kontaktpunkter med
interessenterne og
analysér værdien.**

Råd #7

**Analysér organisationens
parathed i forhold til
forandringer og nye
relationsformer.**

Råd #8

**Fastlæg benchmarks
og hvad organisationen
kan lære af dem.**

Råd #9-20

Kreativ udvikling og afprøvning

Råd #9

**Nedsæt en
udviklingsgruppe.
Få ledelsen med
ombord.**

Råd #10

**Brug kreative metoder
til brainstorming og
udvikling af ideer og
koncepter.**

Råd #11

Brug spil og lege til at skabe nye, skæve ideer. God kommunikation fordrer kreativitet.

Råd #12

Inddrag eksperter og andre nøglepersoner – både i og uden for organisationen.

Råd #13

**Brug infografik til at
illustrere strategiske
sammenhænge.**

Råd #14

**Test ideer, budskaber
og koncepter undervejs
i udviklingsprocessen.**

Råd #15

Nedbryd konventioner.
Forestil dig, du selv er i
målgruppen.

Råd #16

**Udvikl specifikke,
målbare, ambitiøse,
realistiske og
tidsbestemte mål.**

Råd #17

**Tænk både i
intern og ekstern
kommunikation
– og i sammenhængen.**

Råd #18

**Definér brugen af
fortællinger i både
interpersonel dialog og
massekommunikation.**

Råd #19

Tænk i overskrifter.
Overvej, hvordan du vil
forklare virksomhedens
værditilbud i en tale.

Råd #20

Involvér.

Involvér.

Involvér.

Og involvér igen.

Råd #21-30

Forankring og formidling

Råd #21

**Sørg for, at din strategi
understøtter forretning
og værditilbud. Så lytter
ledelsen efter.**

Find flere råd på www.corporaterelations.dk

Råd #22

**Gør udviklingsprocessen
til en del af forankringen.
Invitér nøglepersoner til
at fastlægge dialogen.**

Råd #23

Visualisér strategien.
Det gør den levende -
og meningsfuld.

Råd #24

**Gør strategien til en
levende **fortælling**.
Brug dig selv og dine
erfaringer i fortællingen.**

Råd #25

**Fortæl løbende om
resultater af strategien.
Brug eksempler og cases.**

Råd #26

Udvikl en **strategi-
plakat** med infografik.
Det gør den nem at
forstå og overskue.

Råd #27

Referér til strategien
hver gang du laver planer
for **kommunikation** og
markedsføring.

Råd #28

**Sæt kommunikation på
ledelsens dagsorden.**

**Enhver beslutning skal
følges op med god dialog.**

Råd #29

**Saml på læring og
erfaringer fra **vellykket
kommunikation.****

Del viden og værktøjer.

Råd #30

Gør strategien tilgængelig online. Skab fx et mikrosite med interaktive features.

Råd #31-41

Implementering og udmøntning

Råd #31

Definér roller og ansvar fra start. Alle kan ikke være konceptudviklere og rådgivere.

Råd #32

**Undervurdér ikke god
projektledelse. Effektiv
eksekvering kræver
overblik og engagement.**

Råd #33

**Overvej, hvordan dine
budskaber gør sig
fortjent til omtale og til
at blive delt.**

Råd #34

Tænk i brugssituationer.
Din kommunikation
skal skabe løsninger.

Råd #35

Fastlæg de væsentligste kontaktpunkter. De er sandhedens øjeblikke for dit brand og image.

Råd #36

**Gør passive modtagere
til aktive deltagere.
Skab positive oplevelser
og overraskelser.**

Råd #37

Eksperimentér med nye
kommunikationsformer
og medier. **Vær tilstede**
hos målgruppen.

Råd #38

Interager med og lyt til målgruppen. Det er den bedste måde at skabe **fælles forståelse**.

Råd #39

Skab indhold og dialog,
der beriger målgruppen.
Kommunikation skal
skabe værdi.

Råd #40

Vær vedholdende. Du kan ikke forvente, at alle **tilslutter** sig dine ideer og **holdninger** fra start.

Råd #41

Vær parat til at **skrotte strategier** og planer. Omverdenen og dine målgrupper **forandrer sig**.

Råd #42

**Værn om din identitet,
værdier og kultur. Du
skal ikke forandre alt,
bare fordi andre gør det.**

Råd #43-50

Måling og evaluering

Råd #43

Mål både på proces og resultater. Det giver input til forbedring af både indsats og midler.

Råd #44

Mål kun på det, du vil vide noget om. Lad dine **succeskriterier** guide dig i dit **måledesign**.

Råd #45

**Mål både bredt og dybt.
Kombinér kvantitative
og kvalitative analyser
til at se helheden.**

Råd #46

Prioritéér de statistiske målinger. Brug kun data, der kan gøre dig klogere på din målopfyldelse.

Råd #47

Vær konsistent i dine målinger. Det gør det nemmere at sammenligne fra år til år.

Råd #48

**Kommunikér resultaterne
af målinger til hele
organisationen.
Alle kan lære noget.**

Råd #49

**Brug målinger aktivt.
Beslut **hvilken effekt** dine
resultater vil få på din
dialog og relationer.**

Råd #50

Vedligehold din strategi. Se den jævnligt igennem, så du ved, om du er **på rette spor**.

Hvad tilbyder Corporate Relations?

Facilitering af strategiudvikling
Udvikling af brand- og kommunikationskoncepter
Rådgivning om digital kommunikation

Kurser, workshop og foredrag om
strategi, kommunikation, ledelse,
relationer, web og sociale medier

**Analyse
& måling**

**Strategi
& koncept**

**Udvikling &
eksekvering**

**Inspiration
& læring**

Interessentanalyser
Effektmålinger
Best practice audits

Visuel og sproglig identitet
Årsrapportering
Digitale medier
PR, kampagner og events

Direktør og rådgiver
Lars Sandstrøm

T: 4096 1388

E: lars@corporaterelations.dk

www.corporaterelations.dk

**CORPORATE
RELATIONS**