**Løbspuljen: Skabelon til kommunikationsplan**

Kommunikation kan hjælpe jer med at nå målene med jeres motionsløb: F.eks. at få deltagere, nå en ny målgruppe eller tilknytte frivillige.

Ved at udarbejde en enkel kommunikationsplan får I overblik over jeres kommunikative handlinger, timing samt rollefordeling. Handlingerne kan både være målrettet medier, deltagere og partnere m.fl.

Det er ikke et krav, at I udarbejder en kommunikationsplan, og skabelonen herunder er blot et forslag til udformning.

**Hvornår, hvad, hvem og hvor**

* Hvornår: Hvornår finder aktiviteten/handlingen sted?
* Hvad: Hvilken aktivitet/handling er der tale om?
* Hvem: Hvem er målgruppen – og hvad er budskabet?
* Hvor: Hvor skal aktiviteten/handlingen kommunikeres?
* Hvem: Hvem er ansvarlig for aktiviteten/handlingen?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Hvornår** | **Hvad: Aktivitet / handling** | **Hvem:Målgruppe & budskab** | **Hvor:Platform** | **Hvem:Ansvarlig** |
| *Juni* | *Pressemeddelelse til lokale medier om støtte.* | *Lokalmiljøet og potentielle deltagere: Deltag i løbet.* | *Kontakt til lokale medier.* | *Formand.* |
| *Juli* | *Tilmeldingen til årets løb er startet.* | *Medlemmer, frivillige, sponsorer, lokalmiljøet: Deltag.* | *Web, mail og Facebook. Ophæng i lokalområdet.* | *Webmaster + frivillige.* |
| *August* | *Info om løbstrøjer.* | *Alle tilmeldte: Glæd jer.*  | *Mail og Facebook.* | *Webmaster.* |
| *September* | *Pressemeddelelse til lokale medier og ophæng i byen.* | *Lokalmiljøet og potentielle deltagere: Tilmeldingsfrist.*  | *Personlig kontakt.*  | *Formand.* |
| *Oktober* | *Del billeder fra løbet.*  | *Deltagere: Se billeder af dig selv + tak til sponsorer.* | *Lokale og egne medier.* | *Formand + webmaster.* |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |