

KOMMUNIKATIONSPLANEN | EKSEMPEL

De 7 kommunikations trin

Hvorfor	Hvem	Hvad	Hvordan	Ønsket effekt	Hvor ofte	Ansvarlig
Sikre resourcer og prioritering af CSR-projekter	Cathrine	Løbende orientering om status på projekterne.	Møder og email	CSR-projekterne bliver gennemført	Ugentlig	Maria
Sikre at leverandørkæde ændringer gennemføres, undgå misforståelser	Strikkeri (hovedleverandør)	Løbende orientering og evt rådgøring.	Email, mobil, skype, besøg i foråret	Leverandørkæde ændringer bliver gennemført.	Ugentlig og efter behov	Maria
Sikre at leverandørkæde ændringer gennemføres, undgå misforståelser	Andre underleverandører (uld producent, farveri, spinneri, trim)	Løbende orientering og evt rådgøring.	Email, kontrakter, evt besøg	Leverandørkæde ændringer bliver gennemført.	Ugentlig og efter behov	Maria
Uddanne salgspersonalet så de kan tale om CSR-forbedringer med kunder	Salgs personale (primært Thomas og Magnus)	Produktrelateret CSR-tiltag	Salgsmateriale, CSR rapport og workshop	Sørge for at kunder bliver informeret om CSR-forbedringer	Halvårlig. Inden ny salgssæson	Maria
Ansatte bliver CSR-ambassadører.	A-A ansatte	Orientering om alle CSR-projekter (status, milepæle)	CSR-rapport, workshop,	Motivation, mening. Øget viden om A-As CSR.	Årligt i forbindelse med CSR-rapport	Maria (desuden en grafiker til opsætning af CSR-rapport)
Øge kundernes viden om A-A.	Kunder	Produktrelateret CSR-tiltag, info om partnerskaber	Hangtags, indpakning, web, nyhedsbrev, LinkedIn, Instagram, kvitteringer, film, events	Styrket brand fortælling, tættere tilknytning mellem kunder og A-A, bevidste forbrugere.	Løbende	Maria, Thomas, Mayoko, Greg, Magnus (tekstforfatter, grafiker)
Sikre gode partnerskaber, undgå misforståelser.	Maritime partnere (Skoleskibet, Havhøst...)	Vores forventninger til partnerskabet	Email, møder, besøg	Gode partnerskaber med gensidig forståelse. Øget kendskab til A-A, synlighed	Ved opstart er det løbende derefter efter behov.	Cathrine, Maria, Greg
Information til nye kunder, branchen, konkurrenter, tiltrække medarbejdere.	Medier	Maritime fortællinger, A-A's CSR resultater	Nyhedsbrev, mundtlig, LinkedIn, møder, events	Styrket brand fortælling, øget kendskab til A-A, synlighed.	Månedlig	Cathrine, Greg, Thomas, tekstforfatter



Maria Wolf, SBCM hold 2019