# Skema til kommunikationsplan

Der skal vedlægges en kommunikationsplan i forbindelse med jeres ansøgning. Kommunikationsplanen skal sikre, at I har overvejet, hvilke muligheder, der er for at gøre omverdenen, lokalsamfundet og jeres medlemmer opmærksom på en evt. donation. Det kan gøres på mange måder, og der er ikke noget formkrav til kommunikationsplanen, men som en hjælp har vi på næste side uddybet et eksempel på de informationer, vi gerne vil have.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Målgruppe (HVEM) | Budskab (HVAD) | Medie (HVOR) | Tid (HVORNÅR) | Ansvar (HVEM) |
| Hvis donationen bevilges, skal det glade budskab deles med: | **Budskaberne er:** | **Nævn forskellige former for medier:** | **Hvornår skal**  **informationen bringes?** | **Hvem er ansvarlig for informationen?** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Målgruppe (HVEM) | Budskab (HVAD) | Medie (HVOR) | Tid (HVORNÅR) | Ansvar (HVEM) |
| Hvis donationen bevilges, skal det glade budskab deles med:  - foreningens medlemmer  - lokalsamfundet  - evt. større geografisk område | **Budskaberne er:**  Hvad skal donationen bruges til?  Hvordan gavner donationen foreningen?  Er det også til gavn for lokalsamfundet? | **Nævn forskellige former for medier:**  Ansøgeren tilbyder at tagge fonden på foreningens sociale medier (@sparekassendanmarkfondenhimmerland).  Donationen nævnes i foreningens nyhedsbrev.  Nyhed på foreningens hjemmeside.  Kontakt den lokale presse for en aftale. Når pressen kommer ud, har foreningen mulighed for at fortælle om øvrige aktiviteter, hvilket giver bedre pressemeddelelser. Vi leverer gerne en udtalelse fra fondens bestyrelse.  Nævn donationen til standerhejsning/første spadestik/generalforsamling/speak under kampe eller andre anledninger.  Sæt plakater op om, at fonden har støttet, måske både i klubhuset eller på opslagstavlen hos den lokale købmand. | **Hvornår skal**  **informationen bringes?**  Ved større donationer kan det give mening at starte kommunikationen ved projektets start – vi vil også gerne have mulighed for at følge op, når donationen er i brug, fx efter et år.  Ved SoMe-opslag skal I angive, hvor mange gange foreningen vil markedsføre fonden i den tid, man er i proces, indtil projektet er færdigt og donationen klar til udbetaling. | **Hvem er ansvarlig for informationen?**  I foreningen skal I sætte navne og e-mail på de ansvarlige for kommunikationsplanen, så vi kan komme i kontakt med vedkommende.  Det er vigtigt, at den ansvarlige overholder jeres kommunikationsplan. |