

fungerar och kommer därmed att bli bättre på att bevisa dess värde. Målsättningarna kan sedan användas som en referensram både i det kommunikativa arbetet och i uppföljningen

För den som vill jobba evidensbaserat med mottagarvärde brukar jag rekommendera följande:

1. Sätt upp tydliga mål för kommunikationen: vilka beteenden ska den leda till?
2. Se till att målen stämmer väl överens med verksamhetens strategiska målsättningar.
3. Sätt upp tydliga mål för vilket värde kommunikationen ska erbjuda mottagaren (ex. inspiration, kunskap, bekvämlighet)
4. Se till att målen för mottagarvärdet stämmer väl överens med verksamhetens strategiska målsättningar.
5. Använd de olika målsättningarna för att planera och utvärdera kommunikationen.

Vilka exempel finns det på mottagarvärde i kommuner och landsting?

Här blev ju jag svaret skyldig, men i flödet nämndes följande exempel: UMO, 1177 Vårdguiden, Fimpaaa!, Strokekampanjen, Bli blodgivare, MOD.

Jag är som sagt mycket tacksam på tips på fler lyckade kommunikationsaktiviteter – gärna även interna.

Allt gott,
Sara

Kontakt: sara.rosengren@hhs.se