

Strategisk kommunikation

Kommunikation er en del af en virksomheds forretningsgang, der har virksomhedens langsigtede mål som fokus.

Strategisk kommunikation handler om at integrere forretningsstrategi og kommunikation.

Kommunikation i virksomheder og organisationer er nemlig ofte fokuseret på enten den interne organisatoriske struktur eller ekstern marketing. Der er derfor et reelt behov for at kombinere intern og ekstern kommunikation med virksomhedens strategi og arbejde med kommunikation på et strategisk niveau.

Ved at definere og fremhæve virksomhedens kommunikationsbehov i forhold til den overordnede forretningsstrategi, sætter strategisk kommunikation fokus på at integrere såvel organisation som marked og forbruger.

Resultatet af strategisk kommunikation kan ses både indadtil og udadtil og er med til at øge virksomhedens troværdighed.



Kommunikations baggle™:
Ekstern (blå) & intern (grøn) kommunikation og fundamentet (violet): strategisk kommunikation

Der er seks primære begreber, når man taler om strategisk kommunikation:

Missionen er virksomhedens eksistensberettigelse. Hvorfor er vi til? Hvad er formålet med vores virksomhed?

Visionen er virksomhedens strategiske og forretningsmæssige mål i løbet af en periode på 5-10 år. Hvor er vi om fem år og hvor tæt er vi på at opfylde missionen?

Værdierne er virksomhedens leveregler eller spilleregler. Hvem er vi og/eller hvordan er vi?

Kommunikationspolitikken udstikker de værdier eller retningslinjer, som virksomheden skal overholde, når den kommunikerer internt og eksternt. Den skal baseres på virksomhedens værdier for at skabe sammenhæng mellem ord og handling.

Kommunikationsstrategien tydeliggør, hvordan virksomhedens kommunikation skal bidrage til at realisere visionen eller de strategiske og forretningsmæssige mål inden for en periode på 5-10 år. Den er et styringsredskab i det praktiske arbejde med både den interne og eksterne kommunikation. Hvordan vil vi opfylde vores samlede kommunikationsindsats i forhold til budskaber, målgrupper samt interne og eksterne medier? Målet er at optimere kommunikationen og styre virksomhedens samlede udtryk.

Kommunikationsplanen er på det operationelle niveau. Det er en plan for det praktiske arbejde med at planlægge, udføre og måle kommunikationen. Hvilke kanaler kommunikerer vi gennem, til hvem, på hvilken måde og hvornår? Planen er todelt og gælder både for den interne og eksterne kommunikation.

Kommunikationsværktøjer som fx en e-mail guideline, en sprogpolitik, procedurebeskrivelser og skrivematerialer hjælper medarbejderne til at se nytteværdien af kommunikationsarbejdet. Samtidig hjælper de praktiske værktøjer medarbejderne i deres bestræbelser på at kommunikere på en effektiv måde og få deres budskaber igennem.

©Linda Danielsen Røygård