



## 5. Kommunikation

Overvej, hvordan aktiviteten skal kommunikeres ud både før og efter arrangementet. Før arrangementet handler Promilleafgiftsfonden for landbrug det om, at få overbevist landmændene om at de skal deltage, og efter arrangementet kan det være en god ide f.eks. at få omtale i pressen, således at andre bliver interesseret i at deltage næste gang. Når du planlægger de to kommunikationstiltag, bør du sætte tid af til at overveje, hvordan du vil gribe det an.

### Planlæg kommunikationen

1. Hvem er målgruppen? (alder, køn, interesser, foretrukne medie osv.)
2. Hvad er budskabet? (hvad vil du gerne have, at dine modtagere skal vide, som de ikke vidste i forvejen)
3. Hvordan vil vi ramme målgruppen? (hvilken kanal, hvilken form for kommunikation?)

### Eksempel:

Målgruppe: Deltagerne i et arrangement om professionelle bestyrelser

1. Primært landmænd med store og/eller komplekse landbrugsvirksomheder.
2. Der afholdes et VIF-arrangement med temaet professionelle bestyrelser.
3. Invitation pr. e-mail til relevante landbrugskunder.

## [Videre til 6. Evaluering](#)

[Tilbage til 4. Kend din rolle](#)