Projektopgave - Del 5

Github url: [https://github.com/larsk7cdk/vejrportalen](https://github.com/larsk7cdk/vejrportalen-api)

Branch: del-5

Vejrportalen url: <http://40.127.170.50/vejrportalen/>

## Opgavebeskrivelse

*Websider skal have et formål. Indhold og anvendelse skal indgå i virksomhedens og organisationens kommunikationsstrategi.*

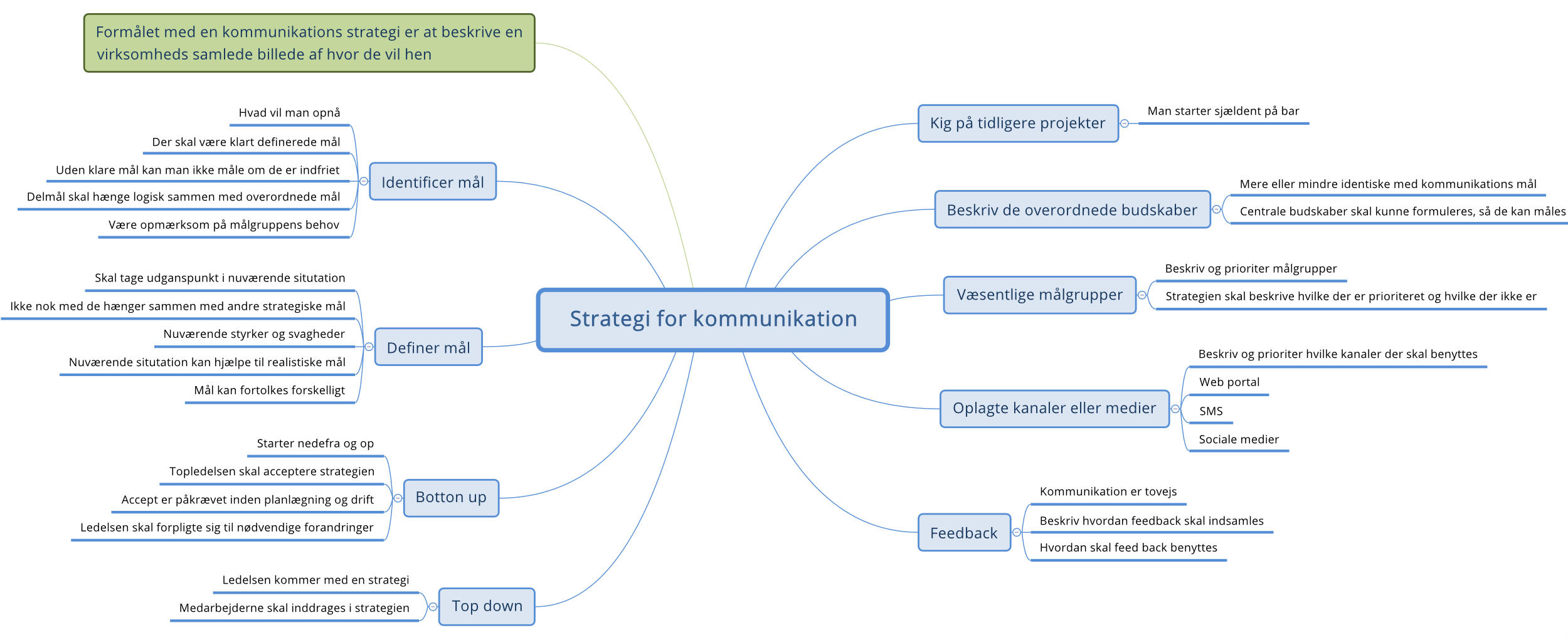
*Du har nu fået en solid viden om webudviklingen, og du kan bruge den til at skabe indhold, som er relevant for målgruppen. Fortæl hvordan du vil bruge din viden, så virksomheden opnår resultater med sin digitale kommunikation.*

## Indledning

Jeg har valgt at lave en beskrivelse af en kommunikationsstrategi på baggrund af den opgave vi har fået stillet med at lave en vejrportal.

Når der er udarbejdet en kommunikations strategi, kan denne omsættes til et eller flere skemaer som beskriver overordnede mål og aktiviteter. Dette for at danne et bedre overblik, så de mål som bliver defineret kan nås.

For at komme i gang med at lave en strategi, har jeg lavet et mindmap på baggrund af de artikler og video’er som indgår i denne uges læring. Ud fra dette, vil jeg lave en kommunikations strategi.



Figur - Kommunikationsstrategi

Figur 1 er placeret sidst i dokument i større format.

## Vejrportalen’s krav og behov

Vejrportalen henvender sig til målgrupper som har et behov, for at holde sig opdateret med vejret. Det skal være muligt at kunne angive en lokalitet. Den skal opbygges på en måde så den er let forståelig og kan ses på digitale medier. Det skal være muligt at kunne abonnere på vejrvarslinger, så man i tide kan reagere på et eventuelt vejrskift. Ydermere skal der være mulighed for at kunne give feedback fra brugere inde fra portalen.

## Vejrportalen’s mål

For at få gang i vejrportalen, er det vigtigt at få sat nogle realistiske mål som rammer bredt i de målgrupper som beskrives senere i kommunikationsstrategien. Det er også vigtigt ikke at sætte for mange mål, så det bliver uoverskueligt at nå dem. Derfor er følgende mål stillet

* Det er muligt at se vejret på en given lokalitet
* Ofte opdatering af vejrdata
* Kunne indberette en vejrvarsling
* Kunne se aktive vejrvarslinger
* Mulighed for at abonnere på vejrvarslinger

Ovenstående mål er opstillet i prioriteret rækkefølge

## Overordnede budskaber

Vejrportalens slogan er ”*Vejret er lige blevet bedre*”. Det vil være det overordnede buskab og skal dække over ……….

## Målgrupper

Målgruppen som der satses på vil være kommuner og virksomheder som døgnet rundt har behov for at kunne holde sig opdateret på vejret. Da målgruppen er meget bred, kan der være store forskel i kravene til hvordan hver enkelt vil kunne holde sig opdateret. Dette skal der tages højde for.

## Kanaler for kommunikation

Det er vigtigt at vejrportalen kan nås på flere forskellige kanaler fra de enkelte målgrupper. Som beskrevet ovenfor, er målgruppen alt lige fra kommuner til store virksomheder ned til enkeltpersoner. Derfor er det vigtigt at vejrportalen kan nås på mange forskellige kanaler. Derfor skal det som et minimum kunne tilgås fra

* Website
* Tablets og IPads
* Mobile enheder
* Notifikationer i form af E-mail

## Feedback

For løbende at kunne foretage forbedringer og tilføje nye funktioner er feedback vigtig. Der skal derfor løbende opfordres til dialog mellem interessenter og ansvarlige hos vejrportalen.

## Overordnede mål:

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Formål** | **Budskaber** | **Målgrupper** | **Medier** | **Ansvarlig** | **Ressourcer** | **Succeskriterier** |
| At skabe en vejrportal med vejrudsigter og vejrvarslinger | Opdaterede lokale vejrudsigter  Vejrvarslinger af høj kvalitet | Kommuner  Virksomheder som er afhængige af vejret | Web |  |  | Lokale vejrudsigter er opdateres hver time  Lokale vejradvarsler |
|  |  |  |  |  |  |  |

## Aktiviteter:

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Målgruppe** | **Delmål** | **Medier** | **Ansvarlig** | **Aktivitet** | **Ressourceforbrug** | **Succeskriterier** | **Feedback** |
| At kunne se opdaterede vejrdata |  | Web portal | Vejr API |  |  | Vejrdata er tilgængelige 24 timer i døgnet | Der laves en meningsmåling hvert halve år |
| Abonnement på vejrvarslinger |  | Web portal  SMS  Email |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Interessenter** | **Delmål** | **Medier** | **Tid** | **Ansvarlig** | **Aktivitet** | **Ressourceforbrug** | **Succeskriterier** | **Feedback** |
| Medarbejderne | At omlægningen sker hurtigt  At ansatte bakker op | Internt møde | Hver torsdag i måneden op til omlægningen | Leder | Oplæg/  powerpoint | Forberedelse  4 timer +  4 x ½ time x 15 medarbejdere  =  34 timer | At alle efter tre uger kender de nye rutiner | Der afsættes tid på møderne til forslag fra medarbejdere  Forslag noteres op og indgår i næste justering af omlægningen |
| do | Do | Tavle med skematisk overblik over nye opgaver | En måned før omlægningen | Leder + TR | Lån tavlen  Udarbejd skemaet  Diskuter det løbende med medarbejdere, som kigger på tavlen | 10 timer | At alle har en fornemmelse af den samlede opgavefordeling | Evt. muligheder for at lave kommentarer på tavlen  Noter forslag op efter samtaler med medarbejdere - indgår i næste justering af omlægningen |

* **Formål** hvad er de overordnede strategiske mål for kommunikationen – skal hænge tæt sammen med målene for det som kommunikationen handler om
* **Budskaber** de centrale budskaber, som vi gerne vil have formidlet for at nå målene
* **Afsender** angiver, hvem der kommunikerer (leder, projektleder, afdeling mv.)
* **Interessenter** alle som har en interesse i jeres arbejdsplads – her prioriterer vi hvem vi først og fremmest skal kommunikere med
* **Delmål** her er de mål som vi gerne vil opnå med den bestemte gruppe af interessenter
* **Medier** definerer, hvordan kommunikationen viderebringes (Se også Checkliste for kommunikationskanaler)
* **Ansvarlig** angiver hvem der konkret er ansvarlig for aktiviteten – kan også brydes ned til hvem der udfører enkelte dele af aktiviteten
* **Aktivitet** beskriver hvilken specifik handling, der skal gennemføres
* **Ressourceforbrug** både økonomiske og interne ressourcer skal med, for at I kan have en realistisk vurdering af planen
* **Succeskriterier** gør det klart hvad der præcis skal til for, at I når jeres mål
* **Feedback** hvordan skal I modtage og samle op på feedback og respons fra interessenterne

