

Trin nr.	Trinnavn	Aktivitet	Supplerende bemærkning	Hjælpe-midler
5	Effekt	Hvilken effekt ønsker vi, kommunikationen skal have, og hvordan måler vi effekten?	<p>Alt for ofte glemmes dette punkt. En helt simpel metode er at spørge interessen-ten om dennes opfattelse af kommunikationen med projektet. Det kan let gøres målbart ved at indføre en skala:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5 meget tilfreds • 4 tilfreds • 3 la di da • 2 mindre tilfreds • 1 ikke tilfreds <p>Man kan nuancere sin måling:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tilfredsheden med frekvensen for kommunikation • Tilfredshed med indholdet i kommunikationen • Tilfredshed med form og metode 	Skabelon: Kommunikationsplan (figur 2.27.2)
6	Hvornår	Hvornår og hvor ofte skal kommunikationen finde sted?	<p>For tilbagevendende møder kan det fx være "hver mandag morgen kl. 8:00". Det kan også være mere eventdrevet, fx "når der sker ændringer på personalesiden i projektet" eller "hvis vi ikke har været i kontakt med interessen-ten i to uger". Kommunikation kan også være direkte affødt af indtrufne hændelser, der er afdækket i risikoanalysen, fx kommunikation, i forbindelse med at en nøglemedarbejder siger op og forlader projektet, at en leverandør går konkurs, at projektet får afslag på en myndighedsgodkendelse osv.</p>	Skabelon: Kommunikationsplan (figur 2.27.2)
7	Ansvarlig	Hvem er ansvarlig for kommunikationen?	I et stort projekt er det ikke nødvendigvis projektlederen, som tager sig af al kommunikation.	Skabelon: Kommunikationsplan (figur 2.27.2)

FIGUR 2.27.1
 Hvordan værktøjet benyttes.