

## Sjekkliste for

# ANSVARLIG FOR KOMMUNIKASJONGRUPPEN

Sjekklisten er ment som en støtte og inspirasjon til ditt arbeid.  
Oppgaver i en fase bør være løst, før du begynner på oppgaver i neste fase.

### Fase 1: Oppstart

Sett en arbeidsgruppe for kommunikasjon. Dere bør være 3-4 personer.

Se rolle- og oppgavebeskrivelser i håndboka for å finne frivillige med passende erfaring og kompetanse, og som kan løse ulike oppgaver.

Ved behov kontakt ressurs- og nøkkelpersoner i lokalmiljøet og bruk ditt personlige nettverk.

Sørg for at gruppens medlemmer har signert samarbeidsavtale som frivillig i Kreftforeningen og er lagt inn i Frivillighetsportalen.

Opprett kontakt med kommunikasjonsrådgiver ved Kreftforeningens distriktskontor. De kan bistå i arbeidsgruppens arbeid etter behov.

Bidra på informasjonsmøter for å skape oppmerksomhet om arrangementet. Inviter gjerne lokal presse.

Legg til rette for god møtestruktur: gjør avtaler om møtes jevnlig og notèr oppfølgingspunkter og referat som enkelt kan deles med ledergruppen.

Kommunikasjonsgruppen må jobbe tett sammen med alle arbeidsgruppene og stafettleder for å kunne formidle ut relevant informasjon om stafetten til publikum, og lage de gode sakene. De ulike arbeidsgruppene har også ansvar for å melde sine behov for trykket materiell og markedsføringsbehov til kommunikasjonsgruppen.

Vær i forkant når det gjelder å tenke på mulig utskiftning av medlemmer og opplæring av nye. Dette er viktig for å sikre kontinuiteten i gruppen.

Ha god dialog med stafettleder og resten av styringsgruppen.

Delta på møter i styringsgruppen, vær godt forberedt.

### Fase 2: Sett mål og følg opplæringen

Definer målene og frister for arbeidsgruppen og avstem med stafettleder og styringsgruppen. Eksempler på mål kan være antall presseoppslag, antall følgere på Facebooksiden, få dekket ulike måter å delta på (lag, fighter, frivillig o.l), etc.

Følg opplæring som arrangeres av Kreftforeningen. Dette består av basiskurs (e-læring) og et aktivitetskurs. Alle frivillige i Kreftforeningen skal gjennomføre dette.

Vær kostnadsbevisst. Reduser kostnader så mye som mulig. Alle nødvendige (og mulig uforutsatte) kostander avklares med stafettleder.

Gjør deg kjent med verktøyene dere har til rådighet (for eksempel: Merkevarebanken, Facebook-side, Sharepoint)

Delta på nasjonale videomøter med andre kommunikasjonsansvarlige i stafetten i regi av Kreftforeningen et par ganger i året. Her skjer viktig erfaringsutveksling med andre programgruppeansvarlige, samt viktig informasjon gis.



## Fase 3: Praktisk organisering og synliggjøring/markedsføring/rekruttering

Ha god kontroll på budsjettet og tidsplanen for oppgavene dine. Arbeid på en slik måte at det er enkelt for andre å ha innsyn.

Avtal med økonomigruppen om å sette av litt penger til promotering av poster/annonser på Facebook. Ca 1000-1500 per post. Spør lokal kommunikasjonsrådgiver dersom du er i tvil.

Lag en kommunikasjonsplan sammen med stafettleder og styringsgruppen. Hva er de ulike gruppenes behov til enhver tid? Husk å takke!

Planen bør inneholde ulike milepæler og del inn i faser for hva som er viktig å ha fokus på i forkant av stafetten. Planen bør inneholde konkrete innsalg mot lokale aviser, radiokanaler, lokale tv-kanaler og poster på stafettens Facebookside.

Alle stafetter har en Facebookside. Husk å oppdatere den jevnlig i henhold til planen som legges.

Gjør deg kjent med rutine og retningslinje for Stafett for livet og sosiale medier. Det er ikke anledning til å opprette kontoer på andre sosiale medier som Instagram, Snap, Twitter o.l.

Lag en oversikt over de ulike mediene i lokalsamfunnet:

- radisjonelle trykte medier.
- digitale og sosiale medier.
- utradisjonelle medier: synlighet ute i gatene, på andre arrangementer, på sykehus, hos allmennpraktiserende leger.
- kommunikasjonskanaler gjennom lokale samarbeidspartnere eller sponsorer.
- Få oversikt over tidsfrister for de enkelte medier.

Lag avtale med et trykkeri som kan trykke opp flyers, program, plakater etc. Hør gjerne med kontaktperson i Kreftforeningen også, de kan ha gode avtaler fra før.

Bruk Merkevarerbanken når dere skal lage flyers, program plakater o.l. Du får innlogging av kontaktperson/kommunikasjonsrådgiver i Kreftforeningen.

Gjør deg godt kjent med konseptet Stafett for livet og med Kreftforeningen, for å kunne svare på spørsmål fra mediene. Hold øyne og ører åpne for gode historier som gjør seg i media.

Sørg for at du har gode bilder, som kan brukes i kommunikasjonen – på nett og ellers. Bilder finnes også i Merkevarerbanken.

Send pressemeldinger ved behov i samarbeid med styringsgruppen. Trenger du inspirasjon til hvordan lage gode saker og innsalg.

Inviter presse til informasjonsmøter, kick-off etc, i samråd med stafettleder/styringsgruppe.

Arbeid for å formidle informasjon om Stafett for livet og Kreftforeningen, og delta på promoteringsaktiviteter. Respekter og vær tro mot konseptet Stafett for livet.

Vær et eksempel for medlemmene i gruppen.

## Fase 4: Arrangementet

Fordel oppgaver slik at dere ikke sliter dere ut.

Sjekk at:

- Pressen er invitert og vil være til stede ved minst en av de tre seremoniene (åpning, lys- og avslutningsseremonien).
- Du har all informasjonen du trenger om når journalistene ankommer, slik at du kan ta imot og snakke med dem.
- En info-mappe er tilgjengelig for journalistene.
- Det blir fotografert tilstrekkelig under arrangementet. NB! Husk samtykke. Du finner samtykker på Sharepoint.
- Sosiale medier oppdateres under arrangementet.
- Bygg nettverk under arrangementet for å oppmuntre og inspirere lag, fightere, sponsorer, frivillige osv. til å ville bidra også neste gang.

Husk å legge ut en takkepost på Facebook i etterkant av arrangementet.

Vi ønsker fokus menneskene som deltar på stafetten, og engasjementet deres.

## Fase 5: Evaluering og avslutning

Delta på evalueringsmøtet.

Vær godt forberedt (få med innspill fra arbeidsgruppen).

Husk å takke alle deltagere og samarbeidspartnere (diskuter i gruppen hvordan dette best kan gjøres).

Vurder sammen med stafettleder og kontaktperson om det skal sendes inn et takkeinnlegg i lokalavisen(e).

Sørg for å oversende bilder/filmer med samtykke fra stafetten til kommunikasjonsrådgiver ved distriktskontoret som kan legge inn bildene i Merkevarerbanken til videre bruk.

Sikre kontinuitet ved å være tidlig ute med å tenke på hvem som eventuelt kan bli din etterfølger.