

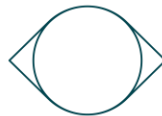
1. SÆT ET KOMMUNIKATIONSMÅL

1.1 Lav en gap-analyse

Nuværende situation		Performance gap (forretningsproblem)	Ønsket situation
Beskriv den nuværende situation:	Hvorfor er det vigtigt at få løst problemet:		Beskriv den ønskede situation:

1.2 Identificer hovedårsagen til gabet/problemet

Bliv ved med at stille spørgsmålet: Hvorfor er det sådan?
Indtil I har identificeret hovedårsagen til forretningsproblemet

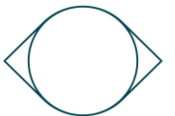


1.3 Kommunikationsmål

Hvilken adfærd vil du ændre?	
Hvordan vil du gøre det?	
Numerisk mål	

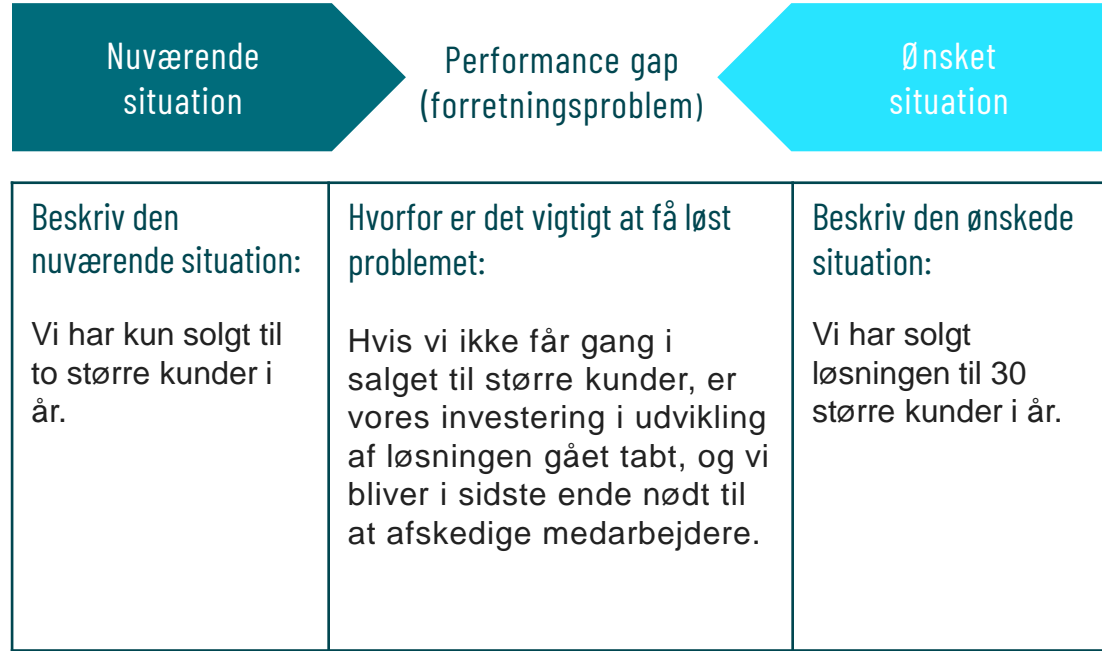
1.4 Potentielle forhindringer

Skriv allerede nu ned, hvilke potentielle forhindringer I kan møde på vejen, så I kan adressere dem med det samme



1. SÆT ET KOMMUNIKATIONSMÅL

1.1 Lav en gap-analyse



1.2 Identificer hovedårsagen til gabet/problemet

Bliv ved med at stille spørgsmålet: Hvorfor er det sådan?
Indtil I har identificeret hovedårsagen til forretningsproblemet



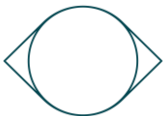
1. *Hvorfor?* De større kunder skriver ikke under på de sendte tilbud
2. *Hvorfor?* De større kunder køber ikke ind på vores salgspitch.
3. *Hvorfor?* De er ikke interesseret i at være små co-creators. De vil hellere have et færdigt og nemt integrerbar løsning.

1.3 Kommunikationsmål

Hvilken adfærd vil du ændre?	Vi skal have de større kunder til at interessere sig for og købe vores nye løsning.
Hvordan vil du gøre det?	Kommunikationen skal ændres, så der er fokus på hurtig systemintegration og support.
Numerisk mål	Løsningen skal sælges til 30 større kunder inden for et år.

1.4 Potentielle forhindringer

Skriv allerede nu ned, hvilke forhindringer I kan møde på vejen, så I kan adressere dem med det samme



1. Salgsafdelingen ønsker ikke at ændre kommunikationen, da den virker for de mindre virksomheder, som står for en stor del af omsætningen i dag.
2. Vi mangler gode store referencekunder, som de potentielle større kunder kan spejle sig i.