

KONTAKTYTEINVENTERING

– INTRODUKTION

I marknadsföringssammanhang är en kontaktyta en plats eller kanal där ett företag eller en organisation kommer i kontakt med nuvarande kunder eller potentiella kunder. Det är alltså en situation där ett företag direkt eller indirekt interagerar med sina målgrupper.

I politiska sammanhang fungerar kontaktytor mellan politiker och väljare på samma sätt – det handlar om att bygga förtroende, engagera och påverka väljarnas beslut.

Några exempel på vanliga kontaktytor mellan politiker och väljare:

- Sociala medier
- Valmöten
- E-post
- Nyhetsbrev
- Press, tv, radio
- Annonsering i print
- Annonsering digitalt
- Debattartiklar
- Offentliga diskussioner
- Torgmöten
- Valkampanjer

Att inventera dina kontaktytor är ett viktigt steg för dig som politiker, särskilt i marknadsföringssammanhang. Det hjälper dig att förstå var och hur du bäst når dina väljare, samt hur du kan förbättra dina interaktioner. Denna övning går ut på att definiera och inventera dina kontaktytor som sedan i sin tur resulterar i en handlingsplan för förbättring.

Låt oss gå igenom steg för steg hur du inventerar dina kontaktytor.

1. KARTLÄGG DINA BEFINTLIGA KONTAKTYTOR

Fyll i spalterna nedan för att identifiera alla de olika kontaktytor du använder för att kommunicera med dina väljare.

Placera dem i rätt spalt för ägd (du äger och sköter själv), köpt (du har betalat för), förtjänad (du har blivit inbjuden till) och intern (inom partiet).

2. ANALYSERA VARJE KONTAKTYTAS EFFEKTIVITET

När alla kontaktytor är identifierade är det dags att bedöma dem. De kontaktytor du har och som du är nöjd med markerar du med **grönt alternativt checkar i rutan**. De är kontaktytor du har bra koll på och är effektiva sätt att nå dina väljare.

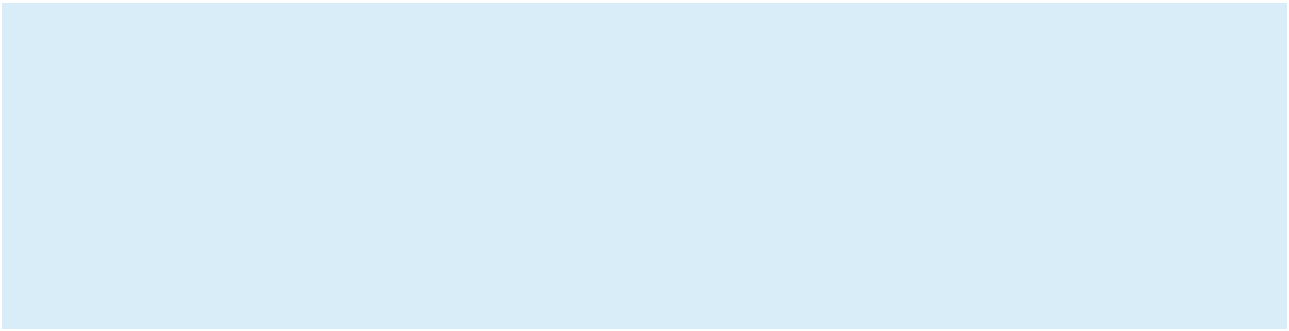
Om det finns kontaktytor som skulle må bra av lite mer bearbetning **markerar du som röda**. Skulle du komma på ytterligare en kontaktyta du borde använda dig av, så skriver du in det i spalten döpt till Dags att införa. Hur många väljare når jag via denna kanal?

3. SKAPA EN HANDLINGSPLAN FÖR FÖRBÄTTRING

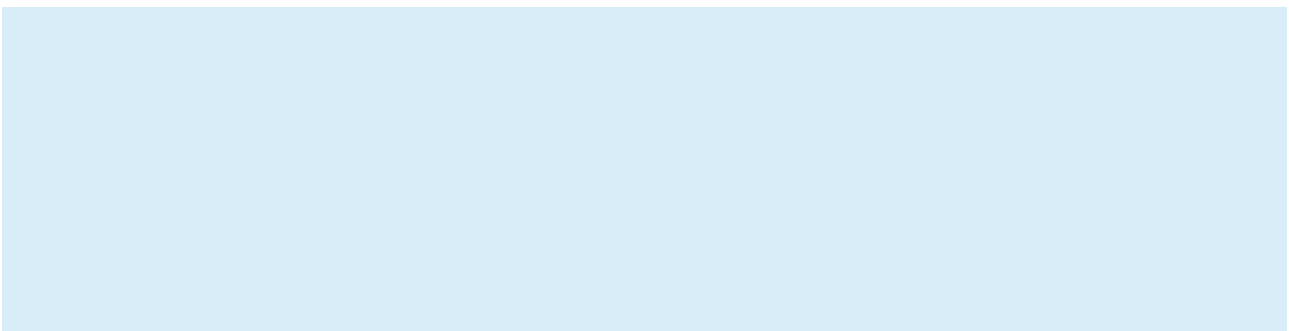
Bra jobbat! Nu ska det vara dags att göra en handlingsplan för att förbättra kommunikationen och maximera effekten. Det kan handla om att fokusera på de mest effektiva kontaktytorna, förbättra de kanaler som inte fungerar eller testa nya.

Fyll i listan på nästa sida och börja med punkt 1 redan idag! Lycka till!

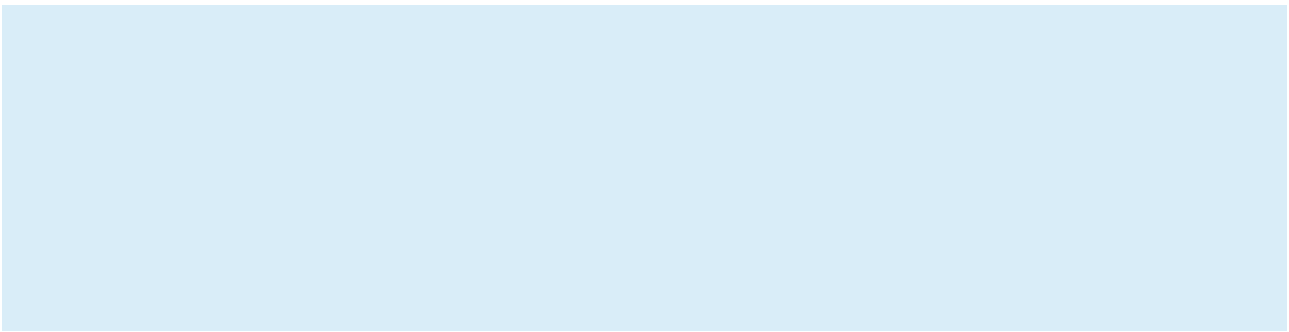
Denna kontaktyta vill jag arbeta mer med. Steg ett är att:



Denna kontaktyta har jag inte idag men vill lägga till:



Tre kontaktytor jag vill sätta upp mätbara mål för är:



Målen för dessa är:

