

En guide till att beställa kommunikationstjänster

Hemligheterna till att bli en bra beställare

Inledning

Kommunikation är kärnan i alla framgångsrika företag och varumärken. Det är genom det ett företag kan engagera sin publik, bygga relationer och förtroende, samt dela sin vision och värderingar. Men att skapa effektiv och meningsfull kommunikation är en komplex process som kräver tid, ansträngning och kunskap.

Som beställare av kommunikationstjänster, oavsett om det är för arbetsgivarvarumärket eller för en extern reklamkampanj, har du en avgörande roll i processen. Din uppgift är att se till att alla som är inblandade har en tydlig bild av vad som ska uppnås. Det är du som sätter ramarna, definierar målen och styr arbetet mot målen.

En bra beställare är inte bara en som kan definiera vad som behöver göras, utan också en som kan skapa ett starkt samarbete och ömsesidig förståelse mellan alla parter. Detta innebär att kunna kommunicera dina behov och förväntningar tydligt, ta emot och ge konstruktiv feedback och anpassa dig efter förändrade omständigheter.

Om alla har en och samma bild av vad man vill åstadkomma blir det mycket lättare att lyckas. Genom att säkerställa att alla är på samma sida kan du minimera missförstånd, optimera resurser och öka effektiviteten i arbetet.

Den här guiden och checklisten är avsedd att hjälpa dig att bli en effektiv beställare av kommunikationstjänster. Den tar dig igenom de viktigaste stegen i processen och ger dig de verktyg du behöver för att lyckas. Oavsett om du är ny på området eller en erfaren beställare, kommer du att hitta värdefull information och tips som kan hjälpa dig att förbättra ditt arbete och ditt företags kommunikationsresultat.

Therese Bengtsson
Marknadsstrateg
therese.bengtsson@sparkgrow.se



Process

1. Skapa en tydlig brief

Det första steget i att säkerställa en framgångsrik beställning av kommunikationstjänster är att skapa en tydlig och omfattande brief. Denna bör innehålla följande:

- Företagets grunder: En översikt över ditt företag, dina produkter eller tjänster och din kundbas.
- Mål: Definiera dina mål med varumärket och kampanjen. Är ditt mål att öka kännedomen, förbättra kundengagemang eller något annat?
- Vision: Vad är din vision för företaget och varumärket på lång sikt? Hur vill du att ditt varumärke ska utvecklas och växa?
- Förväntningar: Definiera vad du förväntar dig av kommunikationsbyrån. Sätt upp klara, mätbara mål och förväntningar för att hjälpa byrån förstå vad du hoppas uppnå.



2. Sätt upp gemensamma mål och KPI:er

För att säkerställa att du och byrån är på samma sida gällande vad som ska uppnås, är det viktigt att ni definierar gemensamma mål och KPI:er (Key Performance Indicators) tillsammans. Dessa bör vara mätbara och realistiska. För varje mål, definiera några KPI:er som hjälper er att mäta framsteg och framgång. Detta kan vara mätpunkter som webbplatsens trafik, klickfrekvens, konverteringsfrekvens eller sociala medier-engagemang.

Process

3. Upprätta en effektiv tidplan

En tydlig och genomtänkt tidplan är nyckeln till framgångsrik projektledning och effektiv kommunikation. I den ska alla viktiga datum, milstolpar och deadlines specificeras. Tidplanen bör också vara flexibel nog att tillåta justeringar och förändringar när det behövs. Genom att ha en gemensam tidplan kan du och byrån säkerställa att alla är på samma sida, vet vad som förväntas och när och kan arbeta effektivt mot era gemensamma mål.

4. Håll regelbunden kommunikation

Ett framgångsrikt samarbete bygger på regelbunden och tydlig kommunikation. Håll regelbundna möten, antingen personligen, över telefon eller via videokonferens. Dessa möten kan användas för att diskutera framsteg, problem och nästa steg. Även om du inte har möjlighet att hålla regelbundna möten, bör du alltid hålla byrån uppdaterad om eventuella förändringar eller nya behov.

5. Inse värdet i den kreativa processen

En av de viktigaste aspekterna av att vara en bra beställare av kommunikationstjänster är att förstå och respektera den kreativa processen. Kreativitet är inte en rak linje, det är en resa med svängar, vändpunkter och ibland återvändsgränder. Att tillåta kreativitet att flöda fritt och inte stänga ned idéer för tidigt är avgörande för att hitta de mest innovativa och effektiva lösningarna.



Process



6. Ge och ta emot feedback

Det är viktigt att du är öppen för byråns expertåsikter och råd, men du bör också vara beredd på att ge feedback. Om du tror att något kan förbättras eller om du inte är nöjd med något, tveka inte att säga det. Men kom ihåg att feedback ska vara konstruktiv och hjälpa till att förbättra samarbetet och resultaten.

7. Mät och utvärdera resultatet

För att kunna bedöma framgången med din kommunikationsstrategi behöver du regelbundet mäta och utvärdera resultaten. Detta kan göras genom att titta på de KPI:er som du och byrån tidigare har definierat. Genom att noggrant följa dessa nyckeltal kan du se vilka områden som fungerar bra och vilka som kanske behöver mer uppmärksamhet eller förändringar. Se till att dessa rapporter och analyser delas med alla relevanta parter och diskuteras i era regelbundna möten.

8. Anpassa och utvärdera

Baserat på de resultat och insikter du får från steg 7, är det troligt att du kommer att behöva anpassa dina mål, förväntningar, eller till och med hela din kommunikationsstrategi. Detta är en normal del av processen. Ingen strategi är perfekt från början och det är viktigt att vara flexibel och anpassningsbar. Dessutom, över tid kan behov och mål förändras och din kommunikationsstrategi bör spegla dessa förändringar.

Checklista

En checklistan hjälper dig att hålla reda på varje steg i processen, säkerställa att du inte missar några viktiga aspekter och ger dig en klar bild av dina framsteg. Använd den som en vägledning och ett stöd i ditt arbete och se hur din effektivitet som beställare växer.

- Skapa en tydlig brief med företagets grunder; mål, vision och förväntningar.
- Definiera gemensamma mål och KPI:er tillsammans med byrån.
- Upprätta en effektiv och flexibel tidplan som båda parter kommer överens om.
- Håll regelbunden uppföljning enligt tidplanen för att diskutera framsteg, problem och nästa steg.
- Inse värdet av den kreativa processen.
- Ge och ta emot feedback konstruktivt och öppet.
- Mät och utvärdera resultatet regelbundet med hjälp av era definierade KPI:er.
- Anpassa mål, strategier och tidplan efter behov baserat på mätresultat och feedback.

Kom ihåg att ett framgångsrikt samarbete kräver ömsesidig respekt, kommunikation och förståelse. Det är också viktigt att vara tålmodig – en effektiv kommunikation tar tid att utveckla och resultaten kanske inte syns omedelbart. Genom att följa checklistans steg och hålla en positiv inställning, kommer du att kunna skapa ett effektivt och framgångsrikt samarbete med din byrå.

Avslutning

Som du kan se, är det att vara en effektiv beställare av kommunikationstjänster en avgörande roll för att skapa stark och framgångsrik varumärkeskommunikation. Det är dock inte alltid en enkel uppgift och kräver tid, ansträngning och tålamod.

Kom ihåg att varje relation, varje projekt och varje varumärke är unikt. Denna guide är därför avsedd att fungera som en grundläggande ram och inspiration, snarare än en exakt formel. Det kommer att finnas tidpunkter när du behöver anpassa dig, improvisera och kanske till och med bryta mot konventionerna. Men det är just detta som gör processen så spännande och givande.

Slutligen, kom ihåg att god kommunikation handlar om mer än bara siffror och diagram – det handlar om människor och samarbete. Så oavsett vilka utmaningar du ställs inför, är det viktigaste att alltid behandla dina partners med respekt, empati och öppenhet. Det är dessa mänskliga värden som i slutändan kommer att skapa starka relationer, inspirera kreativitet och driva framgång.

Vi på Spark & Grow skulle älska att få chansen att diskutera med dig hur vi kan hjälpa ditt företag att skapa en mer kreativ miljö. Kontakta oss gärna så vi kan ta reda på hur vi kan stödja dig med våra expertkunskaper.

[**Klicka här för att boka mötet direkt!**](#)

Vi ser fram emot att se ditt varumärke växa och blomstra i ljuset av dina framgångsrika kommunikationsinsatser.