

En guide till att beställa kommunikationstjänster

Hemligheterna till att bli en bra beställare

**SPARK
&GROW**

Inledning

Alla som någon gång beställt kommunikation vet att det kan vara både fantastiskt kul och ibland ganska frustrerande. Det kan bli ren magi eller rena missförstånd. Skillnaden ligger ofta inte i själva idén utan i samarbetet.

Vi på Spark & Grow har sett det på nära håll. Vi har arbetat med allt från stora internationella varumärken till snabbfotade scaleups och vi vet en sak: en bra beställare kan vara skillnaden mellan en kampanj som rinner ut i sanden och ett varumärkesarbete som får hela organisationen att växa.

För oss handlar kommunikation inte bara om att göra saker snygga. Det handlar om att skapa energi, riktning och mening. Det är det som bygger varumärken som människor både vill arbeta för och köpa från. Men för att lyckas krävs mer än en byrå som levererar. Det krävs en beställare som vågar vara tydlig, som är nyfiken och som vill bygga något tillsammans.

Den här guiden samlar våra erfarenheter i enkla steg och insikter. Den är till för dig som någon gång känt att det är svårt att veta hur mycket input du ska ge, vad du kan förvänta dig eller hur du får ut mest av pengarna du investerar.

Vi vill ge dig verktyg att bli en beställare som inte bara får jobbet gjort utan som gör att arbetet flyger. Som gör samarbetet med byrån smidigare, roligare och mer effektivt. Och som ser till att resultaten inte bara syns på papper utan känns i magen.

Therese Bengtsson
VD Spark & Grow
therese.bengtsson@sparkgrow.se



Process

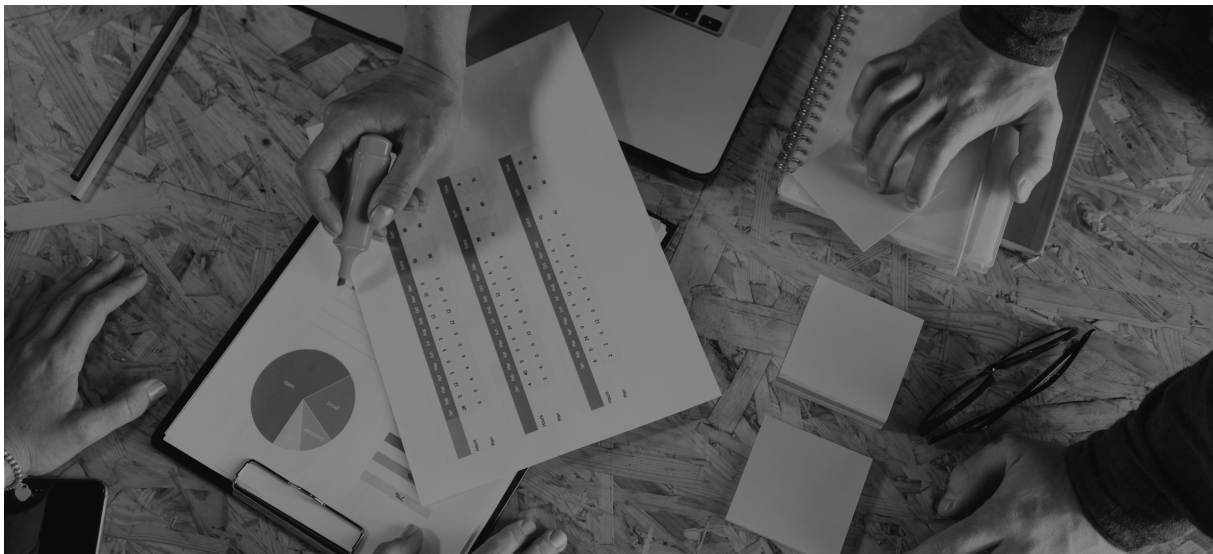
1. Skapa en tydlig brief

En bra brief är grunden för allt. Det är här du berättar vilka ni är, vad ni vill och varför ni gör det ni gör. Ju mer levande och konkret du kan beskriva det, desto lättare blir det för byrån att förstå och skapa rätt lösningar.

Tänk på att ta med:

- **Om företaget:** vilka ni är, vad ni erbjuder och vilka ni vill nå.
- **Målen:** vad ni vill uppnå med projektet – mer kännedom, stolthet internt, nya kunder?
- **Visionen:** hur vill ni att varumärket ska kännas och utvecklas på sikt?
- **Förväntningar:** vad hoppas ni få ut av samarbetet? Var gärna tydliga så att alla vet vilket resultat ni vill se.

En bra brief behöver inte vara lång eller komplicerad. Det viktiga är att den fångar både fakta och känsla, så att byrån kan förstå er på riktigt.



2. Sätt mål och en mätplan

Mål är grunden för ett lyckat samarbete. När ni pratar om vad ni vill uppnå behöver ni gå från stora ord till något som går att mäta och förstå. Att säga att man vill ha mer engagemang eller större synlighet är bra, men det måste översättas till något konkret. Är det fler ansökningar, ökad kännedom i branschen eller högre stolthet internt?

När ni vet vad ni vill åstadkomma sätter ni mätpunkter som är rimliga och lätta att följa upp. En bra mätplan innehåller både vad ni ska mäta och hur ofta ni gör det. På så sätt blir det tydligt för alla vad framgång betyder och hur ni håller kursen.

Process

3. Upprätta en effektiv tidsplan

En tidsplan är inte bara datum i en kalender, det är själva ramen för samarbetet. En bra plan visar när saker ska hända och ger både er och oss en trygghet. Samtidigt måste den gå att leva med. Ibland tar beslutsvägar längre tid, ibland dyker oväntade möjligheter upp. Då är det bättre att justera än att köra fast. En tydlig men flexibel tidsplan gör att alla vet vad som förväntas och när, utan att någon blir låst i onödiga deadlines.

4. Håll igång dialogen

Kommunikation är smörjmedlet i allt samarbete. Håller vi kontakten regelbundet undviker vi missförstånd och små problem innan de hinner växa. Det kan vara korta avstämningar på mejl eller Teams, eller längre möten där vi går igenom helheten. Det viktiga är att vi pratar med varandra.

Ingen byrå blir bättre av att jobba i ett vakuum och ingen beställare mår bra av att undra vad som egentligen händer. Med en levande dialog flyter arbetet smidigare och ni får bättre resultat.

5. Respektera den kreativa processen

Kreativitet följer sällan en rak linje. Ofta behöver man testa olika spår, tänka om och ibland gå vilse innan man hittar rätt. Som beställare kan det kännas frustrerande när något tar längre tid eller ser annorlunda ut än du väntat dig. Men ha tålamod – processen är en del av värdet. De bästa idéerna föds nästan alltid i svängarna, i diskussionerna och i det oväntade. Våga ge processen utrymme, så kommer resultatet att bli starkare och mer hållbart.



Process



6. Ge och ta feedback

Feedback är ett av de mest kraftfulla verktygen i samarbetet. Som beställare behöver du vara tydlig med vad som fungerar och vad som inte gör det. Samtidigt är det viktigt att våga ta emot input från byrån. Vi ser ofta saker utifrån och kan peka på möjligheter ni själva kanske inte ser.

Ge feedback som är konkret och användbar. Istället för "det känns fel" – förklara varför, eller vad du hade hoppats på. På samma sätt ska feedback från byrån ses som ett sätt att förfinas och förbättra, inte som kritik. När båda parter är öppna blir resultatet alltid bättre.

7. Mät och utvärdera resultatet

Att sätta mål är en bra början, men det är i uppföljningen ni ser om arbetet ger resultat. Här handlar det om att både följa siffrorna ni bestämde i början och lyssna in de mjuka signalerna. Hur pratar medarbetarna om företaget? Känns kommunikationen tydlig och inspirerande? Märks en skillnad i energi?

När ni kombinerar hårda fakta med vardagens känsla får ni en mer rättvisande bild. Det viktigaste är att använda insikterna, förstärk det som fungerar och justera där det behövs. På så sätt blir mätningen inte bara en kontrollpunkt utan ett verktyg som driver utvecklingen framåt.

8. Anpassa och utvärdera

Ingen strategi är perfekt från början. Det som såg självklart ut i januari kan kännas helt fel i september. Som beställare är en av dina viktigaste uppgifter att våga justera kursen när det behövs. Det betyder inte att ni har gjort fel, utan att ni är lyhörda för förändringar och öppna för att utvecklas.

Flexibilitet och anpassning är inte ett hot mot strategin, det är det som gör den levande. Att justera efter verkligheten gör att kommunikationen alltid känns relevant, aktuell och meningsfull.

Checklista

En checklista hjälper dig att hålla ordning på varje steg i processen. Den säkerställer att du inte missar något viktigt, ger dig en tydlig bild av hur ni ligger till och gör dig tryggare i rollen som beställare.

- ☐ Skapa en tydlig brief som beskriver företagets grunder, mål, vision och förväntningar.
- ☐ Sätt gemensamma mål och KPI:er som både ni och byrån känner er trygga med
- ☐ Gör en tidsplan som fungerar i praktiken och som alla kan enas kring.
- ☐ Ha regelbundna avstämningar där ni går igenom framsteg, problem och nästa steg.
- ☐ Ge processen tid och låt kreativiteten få utrymme att utvecklas.
- ☐ Ge och ta feedback på ett öppet sätt så att både ni och byrån blir bättre.
- ☐ Mät resultaten på riktigt utifrån de mål ni satte från början.
- ☐ Var beredd att justera och anpassa strategin när förutsättningarna förändras.

Kom ihåg att ett riktigt bra samarbete bygger på respekt, öppen kommunikation och förståelse åt båda håll. Det handlar också om att ha tålamod – bra kommunikation tar tid men ger i gengäld resultat som håller längre än en enskild kampanj.

Om du använder checklistan och går in i arbetet med en positiv inställning ökar chanserna rejält att projektet inte bara blir effektivt utan också roligt. När du och byrån drar åt samma håll skapas förutsättningar för ett samarbete som gör skillnad på riktigt.

Vad vi vill skicka med dig

Att vara en bra beställare handlar inte om att kunna allt från början. Det handlar om att våga vara nyfiken, ställa de rätta frågorna och skapa ett samspel där både du och byrån får möjlighet att bidra med era styrkor. När du är tydlig med riktningen och öppen med förväntningarna frigörs energi som gör samarbetet enklare och mer kraftfullt.

Kommunikation är aldrig något statiskt. Det är en levande process som formas av människor och av den tid vi befinner oss i. Den kräver mod att testa nytt, tålamod när saker inte går som planerat och en vilja att fortsätta framåt även när vägen svänger. Ibland kommer du behöva ändra riktning, ibland våga släppa taget och ibland lita på att processen hittar rätt. Det är just den rörelsen som gör arbetet meningsfullt och spännande.

Till sist är kommunikation alltid mer än rapporter, siffror och kampanjer. Det handlar om människor som känner, tänker och agerar tillsammans. När du som beställare lyckas skapa trygghet och riktning växer både samarbetet och varumärket. Då blir det inte bara ett projekt som ska bockas av, utan en rörelse som skapar stolthet, stärker relationer och driver affären framåt.

På Spark & Grow tror vi på kraften i energi, framåtrörelse och mod. Vi vet att när de tre delarna möts uppstår den typ av kommunikation som gör skillnad på riktigt – både för människor och för varumärken.

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.

**SPARK
&GROW**