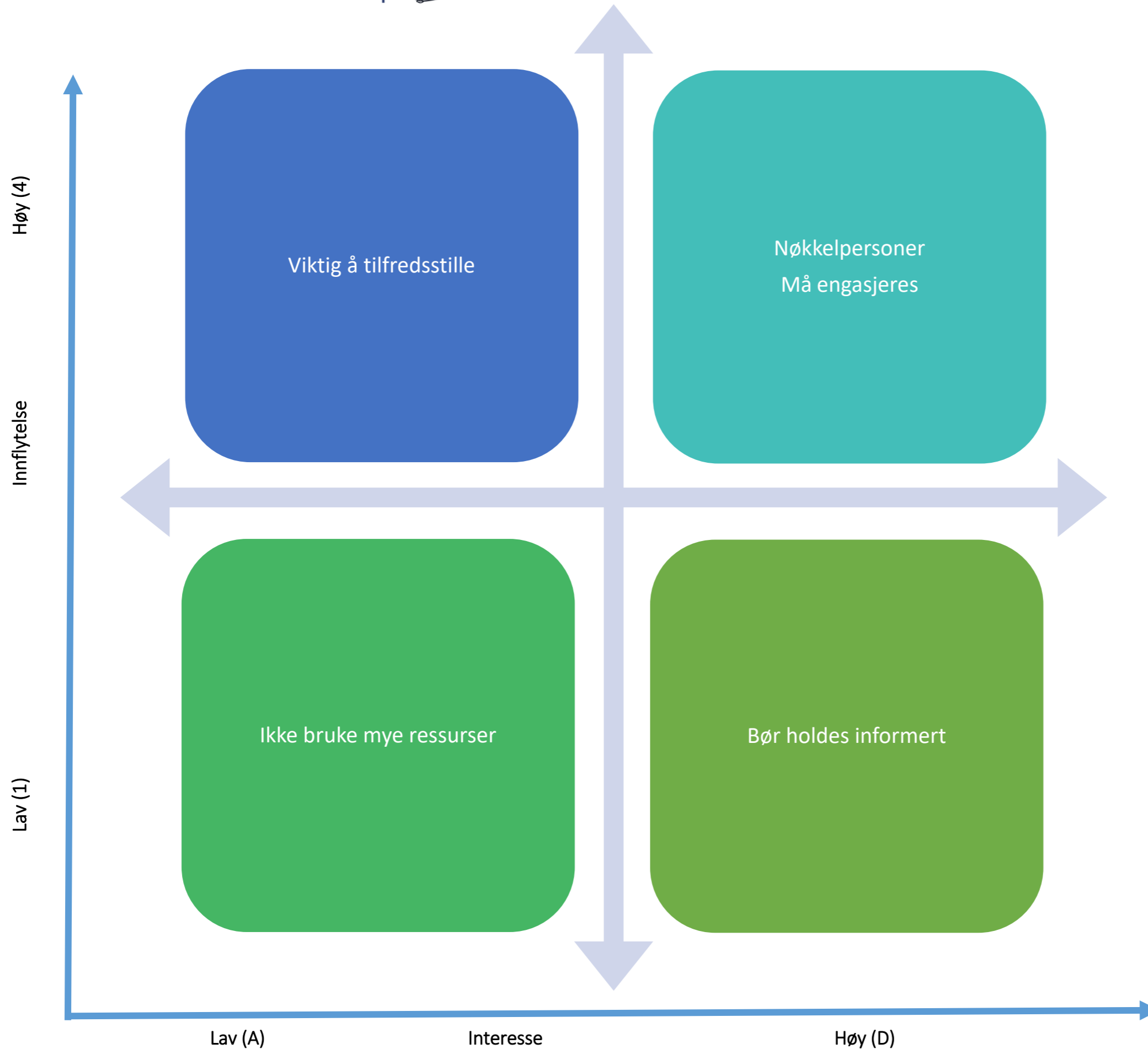




Interessentanalyse - danner grunnlag for en kommunikasjonsplan, eventuelt også en handlingsplan.

- 1) Kartlegg: Fyll ut tabellen under
- 2) Visualiser: Plasser interessentene i matrisen i henhold til **interesse** og **innflytelse**
- 3) Lag en kommunikasjonsplan eller handlingsplan for hver interessent: Bruk matrisen sammen med informasjon knyttet til «Hvorfor», «Holdninger» og «Muligheter/Trusler» for å definere budskap. Vurder også om målet er å endre nivå på interesse /engasjement, for eksempel ved høy innflytelse og lav interesse.

<b>Interessent</b> For eksempel pasient, ansatt, leder, eksterne	<b>Hvorfor</b> Hvilken interesse har de av arbeidet? F.eks. ansvarsområder, oppgaver, fagkompetanse, annet	<b>Interesse</b> A – D (Lav – høy)	<b>Innflytelse</b> 1 – 4 (Lav – høy)	<b>Holdninger</b> ++ +/- -- Fra svært positiv til svært negativ	<b>Muligheter / Trusler</b> Stikkord



**Ikke bruke mye ressurser:** Dette er personer, grupper, virksomheter du bør følge opp, men ikke bruke mye ressurser på i kommunikasjonsarbeidet

**Bør holdes informert:** Interessenter som er interessert men har liten innflytelse. De kan ha nyttig informasjon, og bør holdes informert

**Viktig å tilfredsstille:** Disse har stor innflytelse, men liten interesse av å bruke den. Disse er det viktig å tilfredsstille i prosjektet.

**Nøkkelpersoner som må engasjeres:** Disse har både stor innflytelse og stor interesse av å bruke denne. De bør tilfredstilles og engasjeres i arbeidet.