



## Kommunikationsplan Nutritionistföreningen

### Syfte och målsättning

Syftet med kommunikationsplanen är att ge stöd i arbetet med kommunikationen ut till medlemmar genom sociala medier, nyhetsbrev och hemsida. Målet är att skapa en enhetlighet i samtliga plattformar samt tydliggöra målgrupper och användningsområden för föreningens olika kanaler.

### Analys

I dagsläget används LinkedIn och Instagram för kommunikation genom sociala medier, där LinkedIn utgör den huvudsakliga plattformen. LinkedIn uppdateras i regel en gång i veckan. Instagram används i dagsläget enbart vid enstaka tillfällen eftersom det blivit nedprioriterat på grund av resursbrist. Målet är dock att i framtiden använda plattformen i större utsträckning. I tillägg skickas månatliga nyhetsbrev exklusivt till medlemmar. Kommunikation sker även sporadiskt genom Nutritionistföreningens blogg.

Kommunikationsarbetet är uppdelat på flera styrelsemedlemmar och därmed krävs en intern kommunikation för att sammanstråla de olika kanalerna. Föreningens kommunikation görs i syfte för att synliggöra nutritionister, öka medlemsnyttan och bidra till en ny- och omrekrytering av medlemmar.

### Målgrupper

Nutritionistföreningens medlemmar är den huvudsakliga målgruppen för samtliga kommunikationskanaler. Nyhetsbrevet skickas exklusivt ut till medlemmar och utgör därmed en del av medlemsnyttan. I tillägg används kanalerna *LinkedIn*, *Instagram* och *hemsidan*, för att synliggöra nutritionister och föreningens arbete. Därmed riktar sig nämnda kommunikationskanaler även till personer, företag och organisationer med intresse i nutrition. Med avseende på plattformarnas målgrupp bör informationen som kommuniceras ut anpassas efter syfte.



## Kanaler

### *LinkedIn*

Syftet med LinkedIn är att synliggöra föreningen och bidra med ett kontaktnät för medlemmar. Därmed ska föreningen dela, kommentera och gilla inlägg för att bidra i diskussioner och skapa engagemang. Egna inlägg om uppkommande medlemsevent, nyheter, jobb och konferenser/event bör även publiceras. Enligt verksamhetsplanen delas och publiceras inlägg en gång i veckan som standard. Ifall det är mycket nyheter eller många jobb som ligger ute kan flera inlägg publiceras samma vecka. Kommunikationen är både enkelriktad (information) och dubbelriktad (diskussion).

### *Instagram*

Syftet med Instagram är att sprida information om nutrition samt synliggöra nutritionister. Därmed kan intervjuer/takeovers av yrkesverksamma nutritionister med fördel göras i tillägg till att sprida information om kommande medlemsevent och nyheter. Inlägg publiceras en gång i veckan som standard. Kommunikationen är främst enkelriktad i form av information.

### *Nyhetsbrev*

Syftet med nyhetsbrevet är att bidra till medlemsnyttan genom att ge medlemmar nyheter, tips om jobberbjudanden, event och konferenser. Nyhetsbrevet bidrar även till att hålla medlemmar uppdaterade och ge insyn i styrelsens arbete. I enlighet med verksamhetsplanen skickas nyhetsbrevet ut en gång i månaden, i regel i början av månaden. I tillägg kan separata mailutskick göras vid behov vid specifika event eller jobberbjudanden. Informationen är enkelriktad och når enbart medlemmar i föreningen.

### *Hemsidan*

Syftet med hemsidan är att ge insyn i föreningens arbete och informera om nutritionistens arbete. På hemsidan sker främsta kommunikationen genom bloggen som uppdateras med enstaka inlägg i samband med exempelvis medlemsevent eller intervjuer till 7 frågor. Informationen är enkelriktad.

## Utvärdering

Kommunikationen bör utvärderas varje år för att justera kommunikationsplanen vid behov och utvecklingsarbete.

Senaste uppdaterat: 2023-05-23