

Kommunikationsstrategi og –plan for DigiB2B

Formidling af projektsresultater er et helt centralt element af DigiB2B. Derfor er der udarbejdet en kommunikationsstrategi og en tilhørende kommunikationsplan, som vil blive præsenteret i dette dokument.

Kommunikationsstrategi

Formålet med DigiB2B er at øge anvendelse af digitale forretningsmodeller blandt danske B2B MMV'ere inden for fremstillingsindustrien ved at skabe et generisk værktøj, som strategisk kan understøtte transitionen mod en øget digitalisering. Projektet har til hensigt at skabe en bevidsthed om, at virksomheder i målgruppen ikke nødvendigvis skal være begrænset af manglende medarbejder- eller IT-ressourcer i forhold til at realisere potentialet i en øget digitalisering.

For at kunne realisere dette formål forudsættes:

- at projektet formår at komme i kontakt med en bred palette af virksomheder i målgruppen med henblik på rekruttering af deltagervirksomheder, og
- at formidlingen af projektets resultater er klar og operationel for målgruppen.

Kommunikationsstrategien for projektet bygger på såvel et teknologisk som et mere netværksbaseret fundament.

Den **teknologiske** side af kommunikationsstrategien udgøres af projektets hjemmeside, hvor projektets konsortiepartnere vil sikre en kommunikation til alle interesserede. Hjemmesiden vil blive bygget op omkring baggrunden for projektet, de konkrete aktiviteter i projektet, en præsentation af de deltagende konsortiepartnere og de deltagende casevirksomheder, samt en kontaktside, hvor interesserede kan opnå kontakt med projektet (eksempelvis hvis en virksomhed i målgruppen ønsker at blive involveret, vil have mere et vide om onlineværktøjet etc.). Hjemmesiden vil løbende blive opdateret med de resultater, som fremkommer i projektperioden.

En anden del af den teknologiske kommunikation vil være bygget op omkring forskellige sociale platforme som LinkedIn og Twitter. Således vil DigiB2B være aktive i at promovere resultaterne fra projektet til den store kontaktflade, som de konsortiepartnere kollektivt har med virksomheder, forskere, beslutningstagere etc.

Den **netværksbaserede** side af DigiB2B er bygget op omkring konsortiepartnere, der repræsenterer de nationale innovationsnetværk og andre relevante projekter. DEA, Force og LDC er involveret i innovationsnetværket Service-Platform, som igennem en årrække har gennemført virksomhedsrettede forløb inden for blandt andet digitalisering. En stor del af de virksomheder, som har været involveret i disse forløb, falder inden for DigiB2B's målgruppe, og vil derfor være en oplagt del af rekrutteringsbasen. Desuden er LDC projektleder inden for projektet Digital Vækstkultur, som har en række fællesnævner med tankerne bag DigiB2B. Det skal dog understreges, at DigiB2B vil fremstå som et selvstændigt projekt, og at kommunikation om DigiB2B som udgangspunkt vil have afsæt i aktiviteterne under projektet. I det omfang at synergien til relaterede projekter vil blive udnyttet i forhold til kommunikation om DigiB2B vil dette blive koordineret med Industriens Fond.

Innovationsnetværkene og de andre relaterede projekter vil både fungere som fora til rekruttering af relevante virksomheder og som kommunikationskanaler for de resultater, der fremkommer i DigiB2B.

Kommunikationsplan

Tabellen nedenfor opridser den kommunikationsplan, som skal bidrage til at realisere kommunikationsstrategien.

Aktivitet	Medie	Formål	Primær målgruppe	Involverede i aktiviteten	Tidsplan
Etablering og vedligehold af projekthjemmeside	Projektets hjemmeside	Kommunikation til alle relevante interessenter	- Involverede virksomheder - Virksomheder i målgruppen - Beslutningstagere	SDU (og involvering af de resterende projektdeltagere når det er aktuelt)	Q1 2018 (etablering) Q1 2018-Q4 2019 (løbende opbygning af info om projekt)
Beskrivelse af projekt og dets resultater	LinkedIn, Twitter m.m.	Kontakt med en bredere kreds af modtagere	- Eksisterende og potentielle deltagere fra virksomheder - Mulige samarbejdspartnere (projekter, forskere etc.)	Alle projektdeltagere	Q1 2018-Q4 2019
Kommunikation via innovationsnetværk, partnere blandt brancheforeninger, erhvervsråd, Væksthusene m.m. og andre relevante projekter	Innovationsnetværkenes virksomhedsnetværk, hjemmesider, arrangementer m.m.	Kommunikation med og rekruttering af potentielt interesserede virksomheder inden for målgruppen	- Virksomheder, der ikke nødvendigvis er involveret i DigiB2B, men som qua deres deltagelse i innovationsnetværk og andre projekter vil være interesserede i projektet	Primært DEA, Force og LDC, men derudover også de øvrige konsortiepartnere	Q1-Q2 2018: Identifikation af casevirksomheder Q4 2018: Identifikation af testvirksomheder Q1-Q4 2019: Identifikation af og kommunikation med potentielle brugere af onlineværktøjet
Formidling via kronikker, debatindlæg, nyhedshistorier etc.	Lokale, regionale og nationale medier	Kontakt med en bredere gruppe af interessenter	- Potentielle deltagervirksomheder - Beslutningstagere og meningsdannere	Alle konsortiepartnere	Q3 2018-Q4 2019
Formidling via akademiske fora	Internationale konferencer og tidsskrifter	Indsigt i andre interventioner/projekter inden for digitalisering	- Masterstuderende på de involverede universiteter - Alumnenetværk på de involverede universiteter	SDU og AU	Q3 2018-Q4 2019
Rapporter om virksomheder	Kortfattede rapporter til projektets hjemmeside	Inspirationsrapporter til virksomheder i målgruppen	- Deltagervirksomheder - Øvrige virksomheder med ambitioner om digitalisering	SDU og Delendorff	Q2 2018: Rapport om casevirksomheder Q4 2019: Formidlingsegnet rapport
Vidensaloner	Fysiske møder med tilhørende annoncering via projekthjemmeside, LinkedIn m.m.	Debat om digitalisering generelt og DigiB2B specifikt	- En bred palette af interessenter (virksomheder, interesseorganisationer, beslutningstagere m.m.)	DEA, Force og LDC	Q1-Q2 2019
Tænkebokse	Fysiske møder med tilhørende annoncering via projekthjemmeside, LinkedIn m.m.	Diskussion af DigiB2B i regi af DEA og DEA's partnerkreds med henblik på at skabe input til virksomheder og beslutningstagere	- En bred palette af interessenter (virksomheder, interesseorganisationer, beslutningstagere m.m.)	DEA, DEA's partnere Force og LDC	Q1-Q2 2019