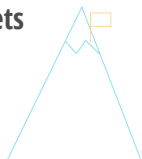


## Vad är syftet med företagets digitala närvaro?



Skriv ner vad ni vill uppnå med företagets digitala närvaro och gör en tydlig koppling till företagets övergripande affärsmål.

## Vilka är våra målgrupper?

Skriv ner företagets primära och sekundära målgrupper och eventuella intressenter som ni vill påverka genom er digitala kommunikation.



## I vilka kanaler når vi dem?

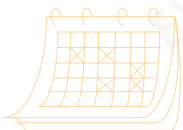
Ange vilka kanaler som ni kommer att använda, exempelvis LinkedIn, Facebook och företagsblogg.



## Vilka metoder ska vi använda?

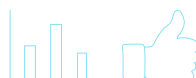
Ange om ni kommer att arbeta med någon specifik metod, exempelvis Content Marketing eller Social selling.

## Vilka utmaningar har våra kunder och vilket innehåll behöver vi tillhandahålla dem genom våra kanaler?



Här formulerar ni vilket innehåll ni ska leverera till kunderna. Fokusera på innehåll som hjälper, utbildar och inspirerar kunderna.

## Hur ska vi mäta resultatet av våra digitala aktiviteter?



Skriv ner hur ni kan mäta resultatet, exempelvis antal köp, inkommande förfrågningar eller identifierade prospekts.

## Vilka resurser behöver vi?

Ange personella och ekonomiska resurser.