

Kommunikationsmålingernes ABC – seks veje til måling og evaluering

Forfatter: Annette Rolsting

Det, man ikke kan måle, kan man ikke lede eller styre, siges det. Det gælder også kommunikationsarbejdet, der imidlertid mange steder udføres uden hverken kommunikationspolitik, kommunikationsstrategi eller Key Performance Indicators (KPI) – noget man sjældent ville opleve inden for områder som salg, økonomi eller produktion. I denne artikel præsenteres seks forskellige måder at arbejde med målsætninger og målstyring i forhold til virksomhedens kommunikationsindsats, hvad enten denne er forankret i en egentlig kommunikationsafdeling, varetages af HR, marketingafdelingen eller (top-)ledelsen - alene eller i selskab med eksterne samarbejdspartnere.

Du kan læse resten af artiklen på www.leadingcapacity.dk