KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG NỘI BỘ

|  |  |
| --- | --- |
| Đánh giá tổng quan thực trạng |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **STEP 2:** Kết quả đầu ra mong muốn | **Mục tiêu của tổ chức** | **Mục tiêu truyền thông** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **STEP 3:** Đối tượng mục tiêu | **Đối tượng** | **Suy nghĩ** | **Cảm nhận** | **Hành vi** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **STEP 4:**  Thông điệp truyền thông | **Thông điệp** | **Dẫn chứng/Thông tin hỗ trợ** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **STEP 5:**  Chiến lược & kênh truyền thông | **Kênh truyền thông** | **Thời gian** | **Người điều phối** | **Chiến lược** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **STEP 6:**  Đo lường hiệu quả | **Công cụ đo lường** | **Kết quả** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |