

**Vurder påstandene under og gi dine poeng☺
Poeng: Stemmer påstandene?**

1. Ikke i det hele tatt
2. Ganske dårlig
3. Verken eller
4. Ganske bra
5. Veldig bra

**MÅL, ANALYSE, STRATEGI OG PLANLEGGING:** Mål og strategier er grunnlaget for kommunikasjonsarbeidet. Det er planlagt på årsbasis og godt organisert.

**INNHOLD, TEKST OG BILDE:** Kommunikasjonen skildrer det som er viktig for mennesker og gjenspeiler kirkens verdier. Den er preget av tilstedeværelse, åpenhet og håp, og er tilrettelagt for nettet, avisen og sosiale medier.

**PERSONLIGE MØTER:** Menigheten er tilgjengelig, og mennesker som møter menigheten i gudstjenester og aktiviteter blir sett og ønsket velkommen. Kollegene våre er gode ambassadører.

**GRAFISK PROFIL:** Menigheten bruker den grafiske profilen og logoen til Den norske kirke. Det er enkelt for ansatte å bruke den. Det er maler for f.eks brev, plakater og e-signaturer.

**SOSIALE MEDIER:** Menigheten har bevisst valgt hvilke sosiale medier som skal brukes, til hva og hvordan arbeidet er bemannet. Menigheten deler også innlegg og bruker # som kommer fra andre deler av kirken.

**WEB OG DIGITAL:** Menighetens kalender er oppdatert, det er lett å bestille dåp og via søkemotorer komme i kontakt, finne støtte, ledige stillinger og aktiviteter.

**PRESSE:** Det er en tydelig kontaktperson for media og en plan for oppslag i løpet av året. Krisekommunikasjonsplanen er kjent for alle ansatte.

**TRYKKSAKER OG PROFILPRODUKTER:** Menigheten tilpasser tekst og bilder til brosjyrer, menighetsblader og plakater der det er behov, og har en plan for oppdatering. Profilprodukter som penner og reflekser følger den grafiske profilen.