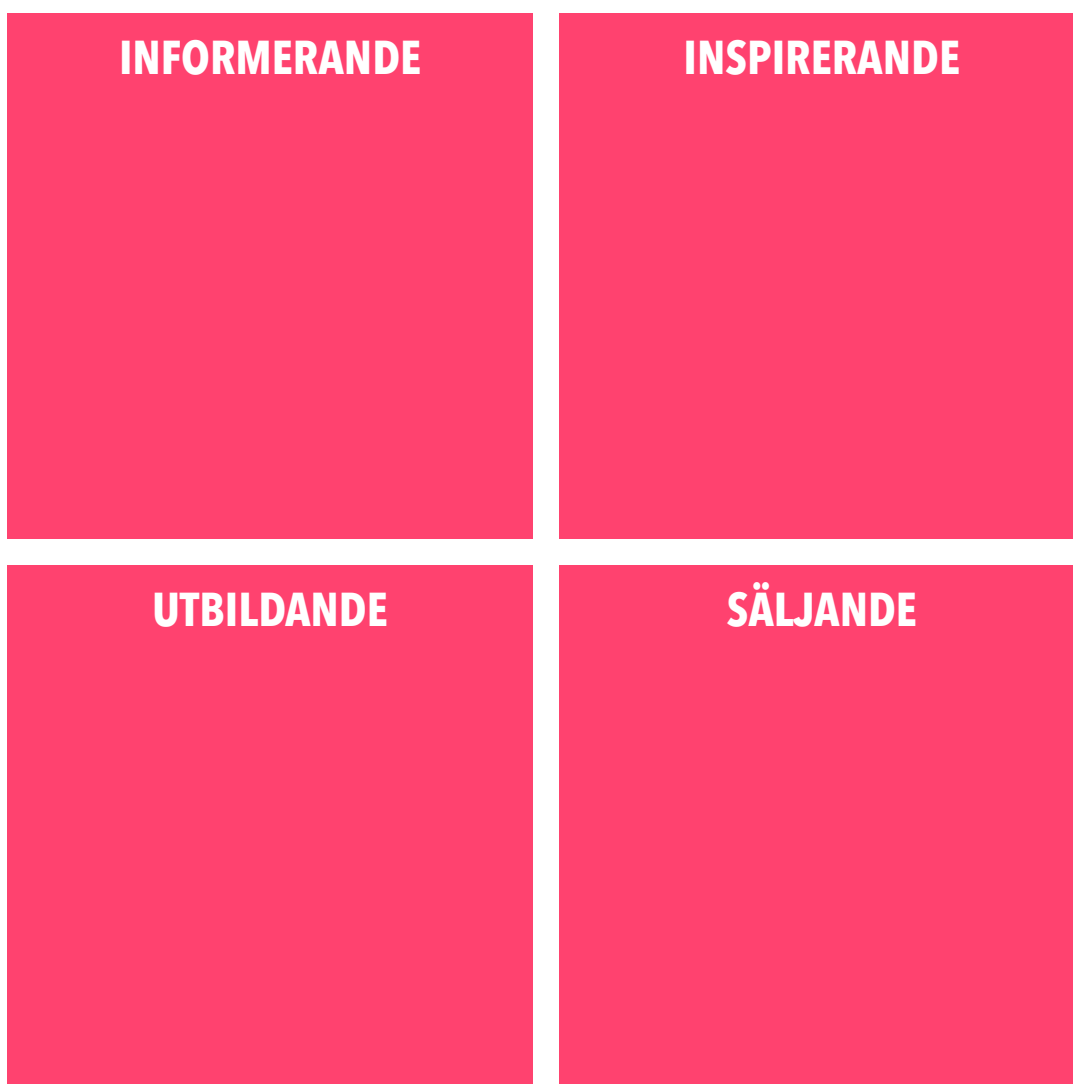


# KANAL- POSITIONERING

Den här modellen ska ni använda för att inventera och prioritera era kanaler.



**IHM  
BUSINESS  
SCHOOL**

Så här använder du modellen. Börja med att göra en inventering av befintliga kanaler och sortera kanalerna efter vilken typ av innehåll som de har idag: inspirerande, informerande, utbildande eller säljande. Har man kanaler som har flera användningsområden så markerar man den i flera rutor. Inventeringen får gärna innehålla alla kanaler: fysiska, analoga och digitala. Sedan gör ni en analys av inventeringen, gör kanalerna rätt

jobb idag? Behöver vi ta bort kanaler? Därefter tar ni ett nytt positioneringsdiagram och gör en framtida positionering av kanalerna. Här placerar ni in hur ni vill att det ska vara, våga prioritera och var tydliga i användningen av kanalen. Detta blir då underlaget till er kanalstrategi.

För att få fler tips om Content Marketing - gå in på [ihm.se](http://ihm.se) och signa upp dig!