

KOMMUNIKASJONSPLAN – FROGNER IL

Denne kommunikasjonsplanen vil være utgangspunktet for et systematisk informasjons- og kommunikasjonsarbeid, og vil bygge på Frogner IL fotball sin visjon og verdier. Frogner IL har et verdisett og budskap som skal formidles internt i klubben og eksternt til omverdenen. For å sikre god og riktig informasjon, er det nødvendig med en plan på hvordan ulike målgrupper skal behandles, hva målsetningen med kommunikasjonen er, og hvordan vi i ettertid skal kunne evaluere om målene er nådd.

En kommunikasjonsstrategi skal hjelpe idrettslaget å prioritere informasjon de ønsker å formidle.

1. Verdier og budskap

Frogner IL baserer sin aktivitet på felles vedtatte aktivitetsverdier for norsk idrett:

- Idrettsglede
- Fellesskap
- Helse
- Ærlighet

Klubben vår drives etter idrettens organisasjonsverdier:

- Frivillighet
- Demokrati
- Lojalitet
- Likeverd

Ut fra fellesverdiene i norsk idrett, har Frogner IL tydeliggjort hva som skal prege oss og klubben vår. Verdiene beskriver hvordan vi er og hvordan vi vil bli.

Frogner IL sine verdier:

- Aktiv
- Glad
- Inkluderende

Verdiene skal hjelpe oss til:

- å skape et godt klubbmiljø, der vi tar godt vare på hverandre
- å skape gode holdninger, som fører til et godt treningsklima
- å være en klubb som er kjent for godt samarbeid og god oppførsel

- å fremstå slik klubben ønsker i alle sammenhenger
- å bli tydelige, få frem det som skiller oss fra andre, og klargjøre vår spesielle identitet

2. Målgruppe

Hvis Frogner IL skal lykkes med sine verdier og målsetning må klubben fremstå som en inkluderende, aktiv, attraktiv og en engasjert arena for målgruppene:

Primær:

- Potensielle utøvere og aktive utøvere (barn, ungdom og voksne)
- Ledere, trenere, dommere
- Foreldregruppe og foresatte

Sekundær:

- Eksterne lag
- Sponsorer
- Næringsliv, media, myndigheter og samfunnet ellers.
 - De som bidrar økonomisk
 - De som mulig kan bidra økonomisk

3. Kommunikasjonskanaler

For å nå ut med riktig informasjon til riktig person, til rett tid og på den rette måten, kan det benyttes ulike kommunikasjonskanaler. Husk også at vi sender signaler i alt vi gjør, sier og skriver, men også i måten vi opptre ovenfor hverandre, både internt og eksternt.

3.1 Hjemmesider

Hjemmesiden kan brukes til å samle all informasjon om idrettslaget og fungerer som en database hvor en kan hente ut viktig informasjon som møtereferat, klubbhåndbok, kampoppsett og liknende.

Hjemmesiden kan også brukes som en god rekrutteringsplattform gjennom å informere nye brukere om idrettslagets aktivitetstilbud, visjon, verdier og virksomhetside, kontaktinformasjon og likende.

Målet er at alle våre målgrupper skal finne all grunnleggende informasjon på våre nettsider.

3.2 Sosiale medier

Et idrettslag kan være aktivt på flere sosiale medium, men det stilles krav til oppfølging for at det skal fungere som en god informasjons –og kommunikasjonskanal.

Sosiale medier er en viktig kommunikasjonskanal for alle våre målgrupper. Vi skal benytte sosiale medier, spesielt Facebook, til å kommunisere informasjon av interesse for målgruppene.

Alle må være seg bevisst den rollen en har når en publiserer og/eller kommenterer gjennom egne eller andres private kontoer på sosiale medier. Personer med en tydelig tilknytning til Frogner IL kan lett bli oppfattet som en representant for klubben og en må være klar over at kommentarer da kan bli oppfattet som klubbens holdning/mening.

Det er ikke anbefalt å bruke sosiale medier som diskusjonsforum da det krever høy oppmerksomhet, og mulig kan det utvikle debatter som har en negativ innvirkning på idrettslagets omdømme.

3.3 Elektronisk

- **Epost**

- Saksbehandling: Ved saksbehandling kan e-post brukes som en effektiv kommunikasjonskanal.
- Nyhetsbrev: Elektronisk nyhetsbrev benyttes når medlemsinformasjon skal hurtig ut til medlemsmassen. Nyhetsbrevet bør også publiseres på idrettslagets hjemmeside.

3.4 Skriftlige

- **Brev:**

- Brevveksling benyttes når det er krav om skriftlig underskrift på dokument, eller ved særlige tilfeller hvor det anses som hensiktsmessig. All annen brevveksling bør foregå elektronisk.

- **Informasjonsmateriell**

- Årsberetning: Naturlig å utgi i papirformat alene eller sammen med en elektronisk versjon.
- Flyers og brosjyrer: Kan benyttes i idrettslagets nærmiljø for å synliggjøre lagets logo i tillegg til verdier og visjon.

3.5 Muntlig informasjon

- Møter
- Årsmøte
 - Foreldremøte: Brukes for å samle foreldrene i idrettslaget er en fin arena for å engasjere foreldre til ulike verv i idrettslaget samt gi foreldrene en bedre forståelse for idrettslagets visjon, verdier og virksomhetside.
 - Medlemsmøter: Arrangeres når idrettslaget har behov for å formidle og/eller diskutere viktige saker som påvirker medlemmene. For eksempel temadiskusjon, informasjonsmøter etc.).
- Samtaler mellom enkeltpersoner

3.6 Bruk av presse

Frogner IL skal ha et bevisst forhold til bruk av media for å synliggjøre den store aktiviteten og fotballens rolle i lokalsamfunnet. Media, enten lokalt eller regionalt, skal informeres jevnlig om beslutninger, aktiviteter og hendelser som har betydning for fotballens utvikling i klubben.

Hver gang Frogner IL skal ha et arrangement el. skal det vurderes om media skal informeres/inviteres, enten i form av formelle pressemeldinger eller mer uformelle henvendelser direkte til enkeltmedier/personer.

3.7 Kurskalender

Alle kurs og utdanningstilbud som tilbys av Frogner IL fotball skal legges i en kurskalender. Lederkurs, trenerkurs, dommerkurs og annet. Dette gjelder alle kurs som gir formell kompetanse, ikke treningsseminarer som avholdes.

3.8 Bruk av bilder

Bruk av portrettbilder der en eller flere bestemte personer kan identifiseres skal ikke publiseres uten samtykke. Bilder/film av barn under 15 år kan ikke publiseres uten samtykke fra foresatte. Lagbilder er definert som portrettbilder. Situasjonsbilder der aktiviteten er hovedmotiv og ikke personen, kan offentliggjøres uten samtykke så lenge bildene er harmløse og ikke krenkende.

3.9 Vær varsom

- Ikke skriv når du er sint eller opprørt.
- Husk: Du kommuniserer med andre mennesker.
- Følelser kommer dårlig frem i et intervju.
- Alt du skriver kan bli brukt mot deg.
- Bruk sunn fornuft når du vurderer innhold i informasjon du mottar.
- Les igjennom pressemelding, skriv, e-post, for skrivefeil og uklare formuleringer.
- Ikke lyv – Vet ikke eller dette må jeg sjekke ut, er et mye bedre svar enn å anta noe.