



KOMMUNIKATIONSSTRATEGI FÖR FÖRENINGEN TEAM MOTOGIRLS

INLEDNING:

Detta är Föreningen Team Motogirls kommunikationsstrategi. Den anger en långsiktig inriktning för kommunikationsarbetet, det vill säga hur arbetet ska gå till och vilka vägval som ska göras. Här beskrivs budskap, intressenter, kanaler, ansvar och roller.

SYFTE OCH MÅL:

Kommunikationsstrategin ska bidra till att Föreningen Team Motogirls upplevs som en sammanhållen organisation med en tydlig avsändare. Kommunikationsstrategin ska stödja arbetet med att hitta vägar för en kommunikation som ger utrymme för varumärken även på andra nivåer. Till exempel sponsorer som vill synas tillsammans med vår förening. Det ska finnas en möjlighet att engagera sig tillsammans på våra läger, sociala sidor på nätet, hemsida och i framtiden även på möjliga mässor. Kommunikationsstrategin är föreningsgemensam och omfattar såväl intern som extern kommunikation. Den ska vara ett styrande och stödjande ramverk som kommer till nytta i föreningens kommunikationsarbete på alla nivåer.

KOMMUNIKATION SOM FRAMGÅNGSFAKTOR:

Varför kommunicerar vi? Kommunikationsarbetet ska öka kännedomen om föreningen verksamhet och skapa en tydlig och rättvisande bild av föreningen och vad vi står för. Föreningens styrelse har ett ansvar att göra all information lättillgänglig och tydlig samt att hitta effektiva former för kommunikation med medlemmar och blivande medlemmar. Vidare bidrar genomtänkt och väl genomförd kommunikation till att skapa, vårda och utveckla relationer både inom föreningen och i kontakterna med externa källor. Utan tillräcklig och tydlig kommunikation riskerar man också onödig ryktesspridning, spekulationer och oro.

FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR VÅR KOMMUNIKATION:

Bilden av Föreningen Team Motogirls ska upplevas som en sammanhållen förening, både internt och externt. Det i sin tur förutsätter att bilden av vad föreningen är och står för, är tydlig både internt och externt. För sitt varumärkesarbete har Föreningen Team Motogirls en strategi där strävan är att delarna ska stärka helheten och helheten ge kraft åt delarna. Vår förening är helheten och våra sponsorer, ni medlemmar och alla de som vill verka för oss utgör de delar som ger föreningen kraft och får externa verkare att se oss. Detta leder till möjliga samarbeten i framtiden.



Ni medlemmar är en viktig del i ATT och HUR vi syns. Exempel kan vara vår ungdomsgrupp, styrelsen eller en enskild medlem. Våra ungdomar i föreningen kommer med nya infallsvinklar och bidrar till lösningar på de eventuella utmaningar vi som förening står för.

Inom vår förening finns också personliga varumärken. Många kör med egna sponsorer. De olika delarna kan kommunicera det egna varumärket och det finns inga hinder att trycka sina egna sponsorer på sina teamtröjor.

SPRÅK:

Vad gäller extern kommunikation genom till exempel föreningens webbplats, sociala medier och olika typer av evenemang, ska intressentens behov av information styra vad som ska finnas tillgängligt på svenska och på engelska. I huvudsak ska vi kommunicera på svenska i all vår sociala media.

DET JURIDISKA RAMVERKET:

Det finns många lagar och förordningar som styr föreningens kommunikationsarbete, internt och externt. Regeringsformen och tryckfrihetsförordningen reglerar allas rätt till åsiktsfrihet, yttrandefrihet och informationsfrihet. Alla medlemmar omfattas av det grundlagsstadgade meddelarskyddet. Även lagar som upphovsrättslagen, personuppgiftslagen, jämställdhetslagen, lagen om likabehandling av den enskilda individen gäller.

INTRESSETER/MÅLGRUPPER:

I kommunikationsarbetet görs skillnad mellan intressenter och målgrupper. Intressenterna kan inte väljas, de finns och påverkar oavsett om det kommuniceras med dem eller inte. Målgrupper är ett snävare begrepp där föreningen kan välja individer och/eller grupper av aktörer som mottagare av budskap. I detta dokument används fortsättningsvis det vidare begreppet intressenter.

Vår förening har ett antal huvudsakliga intressenter, som listas nedan:

VÅRA INTRESSETER OCH MÅLGRUPPER:

Medlemmar, Presumtiva medlemmar, Intresseorganisationer, Media, Allmänheten, sponsorer, följare på sociala medier

BUDSKAP UTIFRÅN FÖRENINGENS KÄRNVÄRDE:

allas lika värde, tjejcross i fokus, att ha rätt att utvecklas utifrån sina egna förutsättningar, öppenhet.

Föreningen Team Motogirls välkomnar en mångfald av tankar, ämnen och synsätt. Här är det tillåtet att tycka olika. Mångfacetterad kunskap och skilda perspektiv ger svar på komplexa frågor och bidrar till lösningar.



Budskapen är basen i det vi vill kommunicera. Deras uppgift är att stärka och förtydliga bilden av Föreningen Team Motogirls och dess verksamhet inom motocross och som ambassadörer för att föra fram både tjejcross och att leva med eller i närheten av NPF.

I varje kommunikationsplanering ska budskapen anpassas för att nå fram till intressenterna. Ansvarig för detta är föreningens styrelse. Beroende på sammanhang ska de konkretiseras med fakta och argument. Budskapen kan uttryckas i text men också i bild.

HUVUDBUDSKAP:

Föreningen team motogirls bidrar till en bättre plattform för tjejcrossen och för ut sitt budskap om allas lika värde och att vara unik är bra! Vi vill även öka kunskap och förståelse kring NPF som ambassadörer och således föra fram dessa funktionsvariationer i ljuset. Föreningen bidrar med ny kunskap och nya perspektiv inom ramen för det vi står för. Människor inspireras så att de kan bli aktiva och hålla intresset för motocross och föreningen uppe på en hög nivå. Vi vill att både vuxna och barn ska vara delaktiga i föreningens synliggörande.

STÖDJANDE BUDSKAP: (*utifrån kärnvärdet Öppenhet*) Föreningen Team Motogirls för en öppen dialog med omvärlden *Öppenheten* – inåt såväl som utåt – är vårt signum. Det kännetecknar allt som görs. Vi tar plats i debatten och vi vill synas på viktiga arenor. Vi bjuder in till samtal om angelägna frågor, självklart med vårt budskap i fokus.

KANALER:

Kanaler är de olika vägar genom vilka intressenterna nås av information eller kommunicerar med eller inom föreningen. Kanaler kan vara muntliga eller skriftliga, tryckta eller digitala. I dagsläget ligger vår prioritering på social media så som Facebook och Instagram. För en resurseffektiv och träffsäker kommunikation ska vi aktivt välja våra kommunikationskanaler. Dessa ska möta intressenternas behov och förutsättningar.

Föreningens kommunikation ska vara samspelt och ge en tydlig helhetsbild. För en effektiv och aktuell kommunikation, som främjar en hållbar utveckling, ska vi alltid i första hand använda oss av hemsida och vår facebookside.

PRIORITERADE KANALER FÖR MEDLEMMAR:

Hemsidan www.teammotogirls.se tillsammans med vår Facebookside Team motogirls "sluten grupp" kommer att vara de kanaler vi använder för intern information och kommunikation. All relevant och föreningsgemensam information ska finnas på dessa sidor.

PRIORITERADE KANALER FÖR EXTERN MÅLGRUPP OCH INTRESSETER:

Externa intressenter ska få lättillgänglig information om föreningen genom föreningens Facebook och hemsida. Webbplatsen ska inbjuda till god service genom att ha lättillgänglig information.



Här har vi valt att betrakta media som en kanal. Kommunikation genom massmedia är en möjlighet att nå ett stort antal intressenter. Det som skiljer massmedia från de flesta andra kanaler är att vi inte själva styr över dem. För att nå fram till media och skapa genomslag är det viktigt att säkerställa nyhetsvärdet i det som ska kommuniceras. Styrelsen har här ett ansvar att se över vad som kommuniceras i exempelvis tidskrifter genom att alltid be om ett korrektur.

SOCIALA MEDIER: Föreningen Team Motogirls ska aktivt medverka i sociala medier. Genom dessa ska vi kommunicera och bygga relationer med externa och interna aktörer och medlemmar. Sociala medier ska bidra till att skapa nätverk med andra intressenter och aktörer både inom och utanför Sveriges gränser.

ROLLER OCH ANSVAR FÖR KOMMUNIKATION:

Alla medlemmar hos Team Motogirls har ett ansvar för att kommunicera i enlighet med kommunikationsstrategins intentioner.

Var och en ska bidra till öppenhet och delaktighet genom kommunikation med medlemmar och externa målgrupper.

Det övergripande kommunikationsansvaret har föreningens styrelse. Det innebär att styrelsen har ansvar för att beakta kommunikationsperspektivet i föreningens verksamhet. Vid kontakt med tryckt media där team motogirls är i fokus, är det styrelsen som läser korrektur innan detta går i tryck.

Styrelsen har ett ansvar att kommunicera vad föreningen står för till sina medlemmar på ett tydligt sätt. I detta ansvar ingår att förklara föreningens vision, mål och beslut samt att skapa förutsättningar för varje medlems delaktighet och motivation. I nuläget har Anette Hallgren det övergripande ansvaret för föreningens Facebook och den kommunikation som görs där. Detta innebär inte att hon ensamt driver densamma. Tar medlemmarna aktivt ansvar för vad de vill ha in på vår sida så hålls sidan mer levande. Därför är det allas ansvar, om man vill synas, att skicka in information eller bilder till Anette via Messenger eller via mail.

Hemsidan har styrelsen valt Emma Kronberg som ansvarig för. Hon har kunskap om hur den ska skötas på bästa sätt och utbildar sig löpande i ämnet.

I den slutna gruppen kan alla medlemmar kommunicera ut sitt budskap fritt så länge man har en god ton och inte tar upp personliga saker offentligt till en enskild individ. Den sidan ska vara en sida för information oss medlemmar emellan.

Styrelsen ska sköta all kommunikation via hemsidan i första hand och Facebook i andra hand. All intern information går via vår hemsida och via den slutna gruppen på Facebook. Huruvida Ni medlemmar kommunicerar internt via messenger, sms eller andra informationsvägar lägger inte styrelsens kommunikationsstrategi sig i.

Styrelsen

2019-11-19

