



# **Informations- & Kommunikationsstrategi Öregrunds GK 2018**

**(reviderad februari 2018)**

# Innehåll

<b>1</b>	<b>Inledning</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Syfte &amp; mål</b>	<b>3</b>
2.1	Syfte	3
2.2	Mål	3
<b>3</b>	<b>Modellen</b>	<b>3</b>
<b>4</b>	<b>Målgrupper/aktörer</b>	<b>4</b>
<b>5</b>	<b>Kanaler</b>	<b>5</b>
5.1	Hemsidan	5
5.2	Nyhetsbrev via e-post	6
5.3	Via golf.se	6
5.4	Papperstidning	6
5.5	Facebook	6
5.6	Övrigt	6
<b>6</b>	<b>Hantering fotografier med människor</b>	<b>7</b>
<b>7</b>	<b>Kontaktpersoner</b>	<b>7</b>
	<b>Bilaga 1 – Hur, när och vad ska kommuniceras?</b>	<b>8</b>

# 1 Inledning

Informations- och kommunikationsstrategin för Öregrunds golfklubb är framtagen för att identifiera klubbens informationsflöde samt de områden vi finner viktiga att kommunicera kring. Att utveckla föreningens informationskanaler är nödvändigt och viktigt utifrån en rad olika aspekter. Först och främst en nödvändighet för att se till att de har en relevans och aktualitet, men även att möjliggöra en snabbare information/kommunikation till och mellan föreningens existerande medlemmar. De digitala informationskanalerna som är tillgängliga för alla spelare också en allt viktigare roll i både rekryteringen av nya medlemmar och aktörer som är intresserade av att annonsera via föreningen. Vi når vårt mål lättare om vi identifierar vårt informationsflöde, ser till att informationen är aktuell, att den stödjer vår verksamhet samt att den engagerar våra målgrupper.

## 2 Syfte & mål

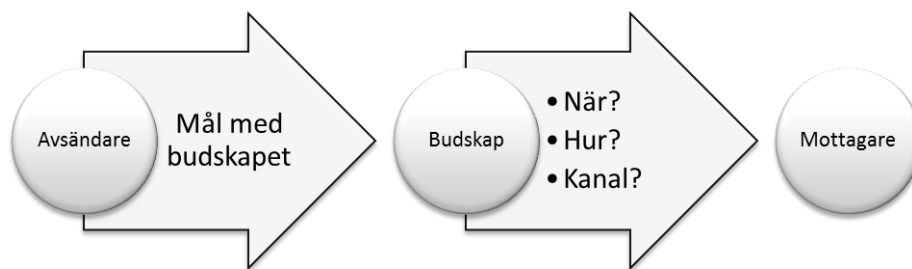
### 2.1 Syfte

Ett syfte med informations- och kommunikationsstrategin är att ge föreningen tydliga rutiner och aktiviteter för att nå våra delmål på väg mot vår vision. Det är ett sätt för oss att identifiera de områden vi finner viktiga att kommunicera kring. Strategin ska underlätta framför allt vårt digitala kommunikationsarbete så vi kan engagera vår målgrupp i verksamheten. En tydlig strategi underlättar även för styrelsen samt för kanslipersonalen då alla får ta del av den och vet hur de ska och kan kommunicera för att allt ska ske enligt en och samma strategi i alla kanaler.

### 2.2 Mål

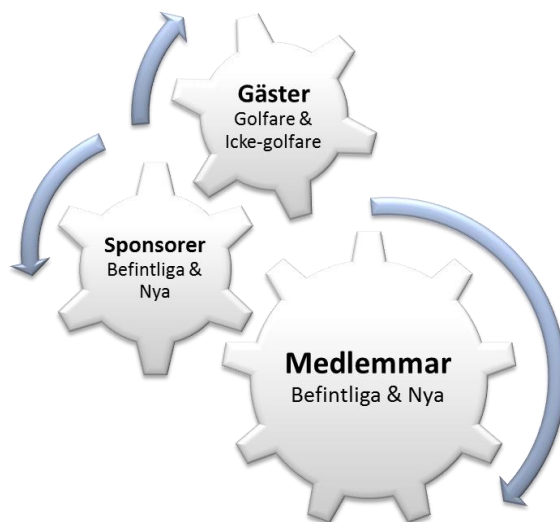
Mål med strategin är att Öregrunds GK förmedlar en enhetlig bild av verksamheten via samtliga kanaler, såväl i form som i skrift.

## 3 Modellen

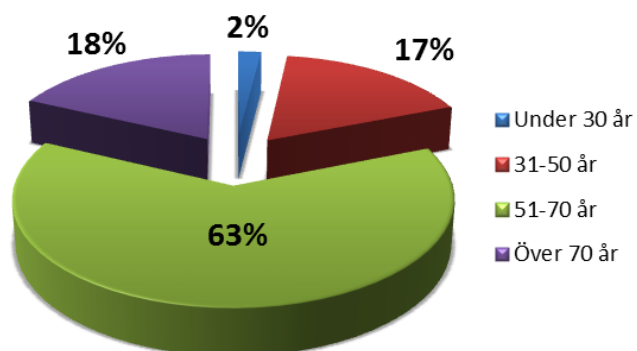


## 4 Målgrupper/aktörer

Styrelsen har identifierat tre primära målgrupper enligt nedanstående figur:

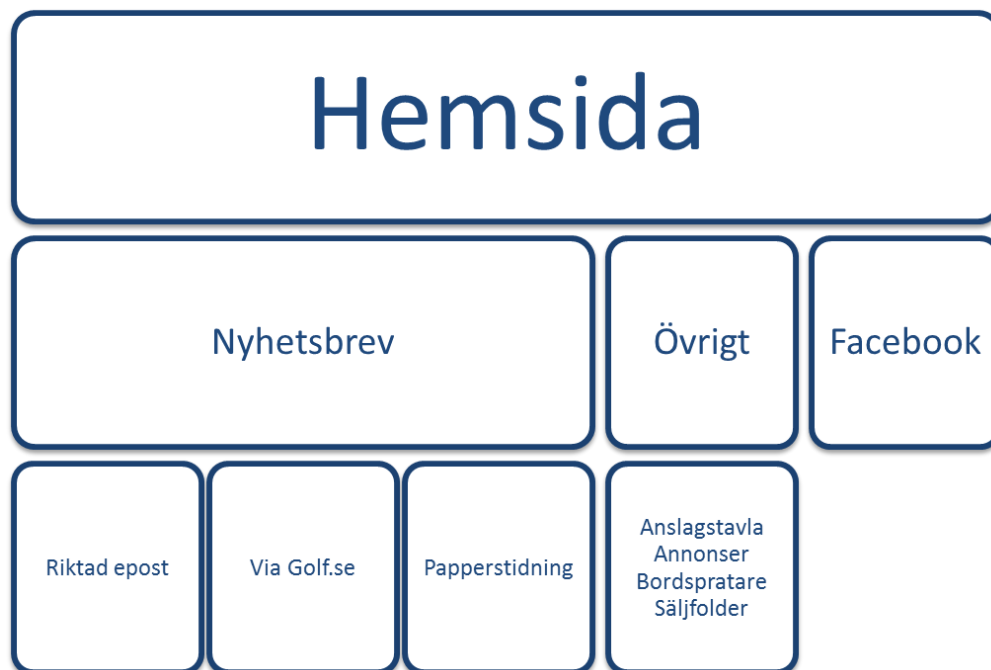


I en enkät som gjordes i slutet av sommaren 2015 var åldersfördelningen på våra gäster/medlemmar enligt nedan:



## 5 Kanaler

Föreningens målgrupper ger en fingervisning till vilka kanaler som bör användas för att förmedla våra olika budskap. Styrelsen har identifierat



### 5.1 Hemsidan

Vår hemsida är en viktig informationsförmedlare både internt och externt. Föreningens hemsida ska fungera som ett skyltfönster utåt och har en viktig roll bland annat då det gäller medlemsvärvning. Denna kanal ska vara vårt huvudsakliga kommunikativa medium för nyheter, informationsspridning och inbjudningar till arrangemang. Webbsidorna ska ge en **komprimerad** bild av föreningen, dess verksamhet och värden. Det är viktigt att överväga vilka egenskaper vi vill föra fram och det utgör grunder för hur webbsidorna är planerade och uppbyggda.

När vi arbetar med hemsidan ska vi tänka på:

- Det första intrycket är viktigt, sidorna ska vara klart upplagda, intressanta och helheten ska vara logisk.
- Sidorna ska vara lätta att överblicka.
- Texten ska vara kort, slående och lättläst. Texten indelas i korta stycken, som delas in med effektiva och beskrivande rubriker.
- Webbsidorna ska vara uppdaterade regelbundet. En webbsida som innehåller föråldrad information ger ett dåligt intryck av föreningens verksamhet. Det är alltså bättre att upprätthålla webbsidor av mindre format med aktuella uppgifter än sidor med en stor mängd innehåll som det är arbetsamt att uppdatera.
- Länkar ska vara lätta att särskilja från den övriga texten. Läsaren ska kunna förutse vart länken leder.

## 5.2 Nyhetsbrev via e-post

Enligt Internetstiftelsen i Sverige (iis), som årligen kommer ut med en analys av nätanvändandet i Sverige, är e-post fortfarande den funktion på internet som flest människor utnyttjar. Två av tre (62 %) gör det dagligen och 94 % gör det någon gång. Det gör att vi väljer att använda e-post primärt för våra utskick:

- **Medlemmar** - Layoutat elektroniskt nyhetsbrev, med information enbart till medlemmar. År 2018 är planen att nyhetsbrev kommer 28/2, 29/3, 2/5, 31/5, 29/6, 31/7, 31/8, 28/9, 31/10 och 30/11. Klubbkommittén levererar det här nyhetsbrevet.
- **Sponsorer** - Layoutat elektroniskt nyhetsbrev, med information enbart till sponsorer. Bör på sikt komma ut med ca 2 nr per år. Marknadskommittén levererar det här nyhetsbrevet.
- **Riktad e-post** – meddelande till specifika medlemsgrupper, sponsorer, gäster osv.

## 5.3 Via golf.se

Viss information sprids till medlemmar via golf.se.

## 5.4 Papperstidning

Medlemstidningen kommer ut med ett nummer per verksamhetsår. Tidningens redaktionella innehåll ska ge inspiration och information till läsarna och genom detta kunna vara ett bra komplement i den interna marknadsföringen. Tidningen skickas ut per post till alla medlemmar samt att den kommer att finnas att läsa på hemsidan och i klubbhusets bibliotek.

## 5.5 Facebook

Till en början har vi valt att fokusera vår närvaro till Facebook. Enligt iis besöker närmare 70 % av internetanvändarna Facebook någon gång. Bland de medelålders och äldre är Facebook helt dominerande.

Att tänka på:

- Läsaren ska alltid tilltalas med ”du”
- Använda ett lättförståeligt språk
- Alltid svara i en vänlig och korrekt ton även om ett inlägg är otrevligt
- Sekretessbelagda uppgifter ska inte publiceras på sociala medier
- Klubben måste rensa bort brottsligt material, ex hets mot folkgrupp, personliga påhopp och så vidare och det så fort som det upptäcks.
- Kansliet samt utpekade inom styrelsen kan lägga upp information på klubbens Facebooksida. Den som skriver använder klubbens Facebooksida som representant för föreningen, inte privatperson.

## 5.6 Övrigt

- Anslagstavla
- Annonser
- Bordspratere
- Säljfolder

## 6 Hantering fotografier med människor

I och med en ny och striktare hantering av personuppgifter (se General data protection regulation (GDPR) som träder i kraft i Sverige 25 maj 2018) kommer vi ej längre publicera fotografier med människor på om de ej har signerat dokument som ger oss tillåtelse till publicering. Dokumentet de signerar kommer att vara tidsbestämt och gälla för innevarande år. Förlaga till avtal finns i pärm på tävlingskansliet och ska användas varje gång foto tas av person som avses vara med i artikel på hemsida. Till exempel om vi ska publicera fotografier över vinnaren i en tävling krävs det att de vi tar kort på signerar vårt dokument som förvaras i pärm på tävlingskansliet. Vill de ej signera kommer vi ej heller att publicera eventuella foton. Vid signeringen ska även informeras om att foton gallras i början på nästa säsong samt att de kan tas bort på egen begäran.

Vi kommer inte publicera foton på människor på vår facebook sida från och med februari 2018.

## 7 Kontaktpersoner

Erik Forssell ([erik.forsell@oregrundsgk.com](mailto:erik.forsell@oregrundsgk.com)) klubbchef

Anders Forss ([anders.forss99@gmail.com](mailto:anders.forss99@gmail.com)) ansvarig klubbkommittén

Catharina Frostner ([C\\_frostner@hotmail.com](mailto:C_frostner@hotmail.com)) webbansvarig

## Bilaga 1 – Hur, när och vad ska kommuniceras?

### Ordförande och Styrelse

AVSÄNDARE	MÅL/BUDSKAP	NÄR/HUR	KANAL	MOTTAGARE
Ordförande	Brev från ordförande	När klubbtidningen kommer	Medlemstidning, hemsida plus länk till Facebook	Medlemmar
Styrelsen	Refererat styrelsemöten	Inom en vecka från aktuellt godkänt styrelseprotokoll. Text skrivs ihop med utdrag av det som ska förmedlas.	Hemsida plus länk till Facebook	Medlemmar
Styrelsen	Höstmöte		Hemsidans kalender, nyhet + länk till Facebook	
Styrelsen	Vårmöte		Hemsidans kalender, nyhet + länk till Facebook	
Styrelsen	Speciella projekt			

### Ekonomi

AVSÄNDARE	MÅL/BUDSKAP	NÄR/HUR	KANAL	MOTTAGARE
Ekonomi	Ekonomisk information	Text skrivs ihop med utdrag av det som ska förmedlas.	Via hemsidan	Medlemmar
Ekonomi	Större investeringars fortskridande	Text skrivs ihop med utdrag av det som ska förmedlas.	Via hemsidan	Medlemmar



## Tävlingskommittén

AVSÄNDARE	MÅL/BUDSKAP	NÄR/HUR	KANAL	MOTTAGARE
Tävlingskommittén	Vi ska försöka utforma ett <b>tävlingsprogram</b> som intresserar olika målgrupper. Vi vill uppnå att fler deltar i klubbtävlingar.	Så fort tävlingsprogrammet är klubbat av styrelsen publiceras via våra kanaler	Via hemsidan Via Golf.se Via tidningen	Medlemmar Gäster
Tävlingskommittén	Information om kommande tävlingar. Vi vill uppnå att fler medlemmar deltar i klubbtävlingar.	Ca 1 månad innan aktuell tävling samt påminnelse två veckor innan. Information publiceras via hemsidan med länkning till Facebooksidan med lagom intervall inför tävlingen. Här ska även loggan för sponsorn för tävlingen synas. Genom att göra utskick kring tävlingsprogram ska medlemmar få information om kommande aktiviteter. Ett samlat brev inför säsongens tävlingar bör skickas ut via epost samt att infoblad bör finnas i klubbhuset.	Hemsida Epost - nyhetsbrev Informationsblad	Medlemmar
Tävlingskommittén	Resultat från klubbtävlingar	Publiceras  Information sätts upp på anslagstavla vid tävlingskansliet  Via hemsidan och via Facebook som en nyhet	Publiceras via golf.se  Anslagstavla  Hemsida Facebook	Medlemmar Gäster

## Sport, utbildning och regler

AVSÄNDARE	MÅL/BUDSKAP	NÄR/HUR	KANAL	MOTTAGARE
Utbildning	Information om Träningstillfällen. Vi vill uppnå att Grönakortetutbildade ska få sådan information att de känner sig trygga i vår förening. Målet är att majoriteten som går utbildningen ska vilja fortsätta som medlemmar i Öregrunds GK.		Hemsida Facebook Nyhetsbrev	Medlemmar
Utbildning	Fler Faddrar - Fadderverksamhet för nyblivna golfare måste utvecklas vidare och stärkas.			
Sport	Ta fram en modell för att ha "Veckans regelfråga" som t ex kan delas ut av banvärd/starter eller presenteras i nyhetsbrev. Försöka skapa ett intresse för regelfrågor.			

## Shop

AVSÄNDARE	MÅL/BUDSKAP	NÄR/HUR	KANAL	MOTTAGARE
Shop	Speciella erbjudanden	Dessa läggs på startsidan för hemsidan. Länkas till Facebooksidan. Inkluderas i nyhetsbrev i god tid före det gäller	Hemsida Facebook Nyhetsbrev	Medlemmar

## Marknad

AVSÄNDARE	MÅL/BUDSKAP	NÄR/HUR	KANAL	MOTTAGARE
Marknad	”ÖGK är en plats där jag som företag kan bli synlig” De vi samarbetar med ska känna att de är viktiga för klubben och har själva något att vinna på ett samarbete med Öregrund Golfklubb. Detta då sponsorer idag bidrar med ca 12 % av klubbens totala intäktsmassa	Fyra Nyhetsbrev kommer att sändas ut över Internet till våra samarbetspartners/sponsorer. Här informeras om aktiviteter på klubben, produkter i shopen, tävlingar mm.	Nyhetsbrev	Sponsorer
Marknad	Vi vill uppnå att nya sponsorer via hemsidan på ett enkelt sätt ska veta hur de går tillväga för att bli en del i Öregrund GKs gemenskap.	Löpande. Ha rätt och aktuell information på hemsidan	Hemsida	Befintliga och nya sponsorer

## Anläggning/Bana

AVSÄNDARE	MÅL/BUDSKAP	NÄR/HUR	KANAL	MOTTAGARE
Anläggning/Bana	Daglig verksamhet		Hemsida	Medlemmar
Anläggning/Bana	Speciella projekt		Hemsida Nyhetsbrev	Medlemmar
Anläggning/Bana	Banstatus		Hemsida	Medlemmar Gäster
Anläggning/Bana	Restaurang veckomatsedel		Hemsida	Medlemmar Gäster
Anläggning/Bana	Informera om utvecklingsplanen			
Anläggning/Bana	Information om Banpersonalen			

## Klubbkommittén

AVSÄNDARE	MÅL/BUDSKAP	NÄR/HUR	KANAL	MOTTAGARE
Klubbkommittén	Generell information om klubbens arbete, nyheter osv	År 2018 är planen att nyhetsbrev kommer 28/2, 29/3, 2/5, 31/5, 29/6, 31/7, 31/8, 28/9, 31/10 och 30/11.	Hemsida, e-post och anslagstavlor.	Medlemmar
Klubbkommittén	Information om sociala evenemang  Stärka varumärket internt och extern som ”den familjära golfklubben”. Vi vill uppnå att befintliga medlemmar känner sig delaktiga och informerade om klubbens verksamhet på ett enkelt sätt.  Exempel på detta är olika festarrangemang och inspirationsdagar. Kommittén ska arbeta för att vi kan organisera och bedriva ett aktivt Klubbvårdskap på och kring golfbanan.	Genom att arbeta aktivt med en lättillgänglig hemsida, tydliga nyhetsbrev samt interaktiv Facebooksida.	Hemsida  Nyhetsbrev  Facebook	Medlemmar
Klubbkommittén	Vi vill uppnå att potentiella medlemmar på ett enkelt sätt kan få reda på hur de blir medlemmar. Målet är att alla som är intresserade vågar ta steget att börja.	Genom att via vår hemsida ha tydlig information hur man gör samt finner tydliga kontaktuppgifter till en person som kan stödja.		Nya medlemmar
Klubbkommittén	Klubbkommittén ska en gång per år ansvara och svara för föreningens medlemstidning. Tidningens redaktionella innehåll skall ge inspiration och information till läsarna och genom detta kunna vara ett bra komplement i den interna marknadsföringen.	Medlemstidningen kommer ut med ett nummer per verksamhetsår. Tidningen skickas ut per post till alla medlemmar.  Tidningen kommer även att finnas att läsa på hemsidan och i klubbhusets bibliotek.	Medlemstidning	Befintliga medlemmar  Men även nya medlemmar samt sponsorer

### Damsektionen

<b>AVSÄNDARE</b>	<b>MÅL/BUDSKAP</b>	<b>NÄR/HUR</b>	<b>KANAL</b>	<b>MOTTAGARE</b>
Damsektionen	Stimulera och aktivera fler tjejer/damer att börja spela golf. Genom ett positivt omhändertagande skall kommittén bidra till att tjejer/damer träffar nya kamrater, trevligt umgänge och utvecklar sitt golfspel.  Damupptakt Ladies Open Hemlig resa Damavslutning Matchspel	Maj Juli Juli September Löpande	Hemsida, Facebook	Nya och befintliga damer inom föreningen

### Seniorsektionen

<b>AVSÄNDARE</b>	<b>MÅL/BUDSKAP</b>	<b>NÄR/HUR</b>	<b>KANAL</b>	<b>MOTTAGARE</b>
Seniorgruppen	Öka seniorernas engagemang i såväl spel som det ideella föreningsarbetet.	Genom ett aktivt internt marknadsföringsarbete	Hemsida	Medlemmar +55 år.