



Kommunikasjonsplan for Nittedal Rotaryklubb 2020-2023

Vedtatt av styret den 28.05.2020

Introduksjon

Planen er basert på NORFOS «Kommunikasjonsplan for Rotary i Norge 2018-2021»

Kommunikasjonsplanen skal rulleres minst hvert 3. år.

Handlingsplanen som er vedlagt, skal kontinuerlig oppdateres, minst 2 ganger pr år.

Ansvarlig: President og leder for Program- og kommunikasjonskomiteen

Målsetninger

Vårt overordnede mål for klubbens kommunikasjon er å:

Bidra til synliggjøring og anerkjennelse for klubben spesielt og Rotary generelt.

Delmål:

Øke medlemsmasse og mangfold

Synliggjøre kjerneverdiene og det unike ved organisasjonen

Internkommunikasjon

Målgrupper

Denne kommunikasjonsplanen skal fortrinnsvis ivareta vår eksterne kommunikasjon.

Vi skal tenke nøye over hvem vi henvender oss til, og det er derfor viktig at vi har dette klart for oss når budskapet skal utformes.

Noen målgrupper vil til enhver tid være viktigere å nå enn andre. Hvem som er de viktigste til enhver tid, vil variere avhengig av kommunikasjonstiltak og mål.

Vi presiserer derfor at målgruppene ikke nevnes i prioritert rekkefølge

Våre viktigste eksterne målgrupper er:

Potensielt nye medlemmer

Potensielle samarbeidspartnere

Bedrifter og potensielle støttespillere

Videregående skoler

Ungdomsorganisasjoner

Lokale myndigheter og politikere

Omgivelsene generelt

Media

Interne målgrupper som skal ivaretas for å bidra til en god drift av klubben:

Styret

Komiteledere

Komitemedlemmer

Medlemmene

Kanaler

For å nå eksterne målgrupper med vår kommunikasjon skal vi fortrinnsvis benytte følgende kanaler:

- Klubbens webløsning/Hjemmeside
- Klubbens Facebook-side (åpen side)
- Lokalavisen Varingen

Våre interne målgrupper skal vi fortrinnsvis nå ved å benytte følgende kanaler:

- E-post
- SMS
- Lukket Facebook-side

Budskap

Det hovedbudskapet vi skal formidle via vår kommunikasjon til eksterne målgrupper er:

Rotary er et åpent og mangfoldig yrkesnettverk som bruker sine ressurser og sin kompetanse til å gagne andre – lokalt, nasjonalt og internasjonalt.

Førende begreper for vår kommunikasjon skal være:

- Frivillighet (er selve grunnlaget for Rotary)
- Mangfold (blant medlemmer og i arbeid)
- Åpenhet (som en del av omdømmebyggende tiltak)
- Møteplass (hvor de store spørsmål diskuteres og debattene løftes)

All vår kommunikasjon skal vise at vi er en klubb/organisasjon som er:

- Åpen
- Kompetent
- Nysgjerrig
- Engasjert
- Mangfoldig

Forutsetninger for å lykkes

For at vi skal lykkes med de mål vi har satt for vår kommunikasjonsaktivitet, skal klubben alltid ha:

- En velfungerende kommunikasjonskomite med tydelig mandat og funksjonsbeskrivelse
- Egen budsjettpost relatert til klubbens kommunikasjonsaktiviteter.
- Kommunikasjonskomiteen skal være organisert som en arbeidsgruppe under Program – og kommunikasjonskomiteen.
- Arbeidsgruppens medlemmer velges for to år av gangen, med mulighet til forlengelse
- Vev-mester er ansvarlig for hjemmesiden (Håvar)
- Facebook ansvarlig har ansvar for sosiale medier (Øyvind Bråten og Marit Liv)

Pressekontakt er ansvarlig for publisering i lokalavisen Varingen (Liv)

Sekretæren er ansvarlig for internkommunikasjon (Liv)

Kontinuitet og fagkunnskap skal velges fremfor rotasjon i klubbens kommunikasjonskomite.

Det vises ellers til:

- 1.Håndbok for mediekontakt
- 2.Håndbok for sosiale media
- 3.NORFOS «Kommunikasjonsplan for Rotary i Norge 2018-2021»

Aktivitet	Umiddelbart	Ukentlig	Månedlig	Halvårslig	Årlig
Etablere arbeidsgruppe for kommunikasjon	x				
Delta på aktuelle opplæringskurs					x
Implementere kommunikasjonsstrategien	x				
Implementere handlingsplanen	x				
Oppjustere web	x				
Etablere åpen Facebook-side		x	x		
Innlemme kampanjen People og Action	x				
Ta i bruk Rotarys grafiske profil	x				
Oppdatere handlingsplanen (minst hver 6. måned)				x	
Invitere Rotary-ressurser til intern opplæring (FB, web, kommunikasjon)					x
Hente aktuelle saker fra distriktets web og Facebook – og dele/bruke på egne sider			x		
Dele aktuelle saker med distriktets kommunikasjonsansvarlig for evt. videreformidling på distriktets web og Facebook					

Dele aktuelle saker med magasinet Rotary Norden					
Oppdatere web		x			
Oppdatere FB		x			
Identifiser talspersoner for klubben (yrkesaktive yngre)	x				
Identifisere aktuelle fotografer blant medlemmene					x
Være synlige på stand					x
Prioritere tema til prosjekter og foredrag som kvinner og yngre oppfatter som attraktive – fremme disse i media			x		
Revitaliser kontakten med tidligere RYLA-deltakere gjennom en samling					x
Delta aktivt i nasjonalt Rotary-prosjekt					x
Delta på arrangementer knyttet til tema der Rotary ønsker sakseierskap					x
Kartlegge og velge potensielle samarbeidspartnere lokalt – etter at tema for sakseierskap er valgt av Rotary i Norge					x
Benytt verktøykassen som finnes på distriktets web					

– når denne er ferdig					
Bruk utdeling av PHF aktivt til økt synlighet					x
Bruk klubbens aktivitet og prosjekter til økt synlighet så ofte som mulig, minst hver 6. måned				x	
Inviter til åpne møter – start med 5. min om Rotary og klubben – minst hver 6 måned				x	
Bruk Rotary artikler, nål, gule vester oa til egen profilering og synlighet	x				