



IF Eksjö Fotboll

Typ av dokument: Plan
Ägare: Akademigrupp
Kontakt: Jonas Larsson
Reviderad: 2022-03-02

Kommunikationsplan

För

IF Eksjö Fotboll

AKTIVERA OCH ENGAGERA

Postadress

Breviksvägen 60, 575 96 Eksjö

Kansli och

Klubblokal: Ränneborg

E-Mail

eksjofotboll@gmail.com

Swish

1234181020

Bank giro

5501 - 2314



Innehåll

1.	Inledning.....	3
1.1	Bakgrund.....	3
1.2	Sammanfattning av vår kommunikationsstrategi:	3
1.3	Definitioner.....	4
2.	Syfte, strategi och mål med kommunikationen	4
2.1	Syfte.....	4
2.2	Intern kommunikation.....	4
2.3	Extern kommunikation	5
3.	Kriskommunikation	6
4.	Grafisk profil.....	6
5.	Uppföljning.....	6
6.	Mål	6
6.1	Budskap	7



1. Inledning

1.1 Bakgrund

Eksjö Fotboll är en plats där alla medlemmar känner sig välkomna, får energi, kunskap och lust att fortsätta att utveckla sig. En bra förening, har engagerade medlemmar, driver bra verksamhet, värvar nya aktiva medlemmar och strävar dessutom efter att utvecklas och bli bättre. Kommunikationsplanen ska gå i linje med Eksjö Fotbolls vision.

1.2 Sammanfattning av vår kommunikationsstrategi:

Vår kommunikation syftar inte bara till att omvärlden ska känna till oss, Eksjö Fotboll behöver också ta en aktiv roll i att forma de associationer som intressenterna har till Eksjö Fotboll. Målet med kommunikationsstrategin är att skapa en tydligare, enhetligare och rättvisande bild av Eksjö Fotboll.

I kommunikationen måste vi framför allt lyfta fram sådant som kännetecknar vår förening. Vi erbjuder fotboll för alla. ALLA, oavsett etniskt ursprung, ekonomiska förutsättningar, sexuell läggning eller handikapp får vara med i vår gemenskap. Vi är en av få fotbollsföreningar på höglandet som erbjuder kontinuerlig fotbollsträning för såväl barn som vuxna med funktionsvariationer. Eksjö Fotboll är en öppen och nyfiken miljö dit våra intressenter alltid känner sig välkomna.

Det övergripande budskapet är att Eksjö Fotboll drivs av viljan att skapa en bättre framtid; för fotbollsspelare, men även för individer.

Vi vill erbjuda den bästa utbildningen och utvecklingen för barn och ungdomar, därför förbättrar vi vår ungdomsverksamhet med åldersanpassad utbildning, inte bara inom fotbollen utan även det sociala ansvaret. Vi jobbar hårt med utvecklingen och certifierar klubben för att kunna erbjuda en högklassig verksamhet. Vi strävar efter att kunna erbjuda minst ett flick- och pojklag i varje åldersklass. Vi har inför 2022 startat upp juniorverksamhet på pojksidan.

Därför är vårt huvudbudskap: Vi är en modern förening som gör verklighet av våra visioner.

Kommunikationsstrategin beskriver också tre huvudprinciper för hur vi ska väcka ett ökat intresse för verksamheten och skapa ett starkare förtroende för Eksjö Fotboll:

1. Vi använder våra befintliga relationer för att bygga nya. Våra befintliga partners är vår bästa kommunikationskanal. Genom att använda det förtroendekapital vi redan byggt upp i våra befintliga relationer kan vi lättare bygga relationer med andra som vi idag inte har kontakt med. Det förutsätter att vi blir bättre på att vårda de relationer vi redan har.

2. Vi skapar företrädare som förmedlar och står för vårt budskap och personlighet. Eksjö Fotboll behöver betydligt fler personer som kan företräda verksamheten. Att skapa företrädare handlar inte om att lyfta fram ett fåtal personer som redan är kända, utan att skapa förutsättningar för att uppmärksamma fler. Fler företrädare hjälper oss att väcka intresse, skapa identifikation och bygga förtroende.



3. Vi underlättar för alla att stärka varumärket. Det är framför allt i de dagliga kontakterna med olika intressenter som bilden av Eksjö Fotboll förmedlas. Vi kan inte styra över vad medarbetare och medlemmar gör och säger, men vi kan göra det så lätt som möjligt för dem att ikläda sig rollen som ambassadörer för Eksjö Fotboll.

1.3 Definitioner

Information, kommunikation och relation är centrala begrepp i all kommunikation och kan tolkas på många olika sätt. Sveriges informationsförening (2008) tillämpar följande definitioner:

Information

Information är de *strategiska budskapen* som ska leda till ökad kunskap.

Kommunikation

Kommunikation är *processen av budskap* som bygger på interaktivitet bland dem som deltar i processen och som ska leda till någon form av attityd, eller förhållningssätt.

Relation

Relation är målet, det vill säga ett ömsesidigt engagemang eller gemensamma åtaganden som ska leda till handling och resultat.

2. Syfte, strategi och mål med kommunikationen

2.1 Syfte

Syftet med kommunikationen ska handla om att öka intresset för vår förening. Den ska göra oss kända för olika intressenter i samhället och rikta sig till både nuvarande, presumtiva och tidigare partners samt spelare, ledare och föräldrar

2.2 Intern kommunikation

Definition, målgrupper, syfte och utgångspunkter

Med intern kommunikation menas den kommunikation som sker inom Eksjö Fotboll. Målgrupper för den interna kommunikationen är medarbetare (ledare, spelare och föräldrar). Utgångspunkten för en väl fungerande kommunikation är varje enskild medarbetares ansvar, enligt de grundläggande principerna för kommunikationsansvar, så att all verksamhet fungerar optimalt och är transparent. En god intern kommunikation skapar förutsättningar för delaktighet, gemensam kultur och uppmuntrar till engagemang och dialog bland medarbetarna. En väl fungerande intern kommunikation lägger grunden för en god extern kommunikation där medarbetarna fungerar som företrädare för institutionen.



Målen med vår interna kommunikation är:

- Säkerställa att föreningens vision är känd bland medlemmarna.
- Säkerställa att alla känner till vår code of conduct för ledare, spelare och föräldrar.
- Säkerställa att den årliga planen för utbildning av spelare och ledare är känd samt vilka datum som utbildningarna genomförs.
- Säkerställa att spelarutbildningsplanen är känd för ledarna.
- Säkerställa att föreningens handlingsplaner och policy är kända
- Informera våra medlemmar om aktuella händelser och nyheter i föreningen

2.3 Extern kommunikation

Definition, målgrupper, syfte och utgångspunkter

Med extern kommunikation menas den kommunikation som sker mellan föreningen mot andra mottagare utanför föreningen. Syftet med den externa kommunikationen är att förmedla information om föreningens verksamhet för exempelvis potentiella partners, medarbetare och spelare. En viktig del i den externa kommunikationen är rekrytering av spelare, ledare. Goda massmedierelationer ska bidra till att öka kunskapen om föreningens verksamheter.

Målgrupper för föreningens externa kommunikation

Exempel på målgrupper:

- Presumptiva spelare – alla som kan bli spelare hos föreningen
- Presumptiva ledare
- Tidigare spelare och ledare
- Allmänheten – alla som har intresse för information om föreningens verksamhet
- Företrädare för Smålands Fotboll och Svensk Fotboll
- Partners/intressenter som exempelvis företag, myndigheter, och olika organisationer
- Anslagsgivare – svenska staten, EU och stiftelser
- Massmedier – framför allt i regionen.

Kommunikationskanaler för extern kommunikation

Det är lika viktigt att överväga vilka kommunikationskanaler och kommunikationsverktyg som ska användas när budskap ska kommuniceras för den externa kommunikationen, beroende på vilka berörda personer som involveras.

Några exempel på externa kommunikationskanaler är:

- Webbplatsen – bör anses som huvudkanal tack vare webbinformationens stora tillgänglighet.
- Personlig kommunikation - e-post, telefon, seminarier, föreläsningar, nätverk, referensgrupper.



- Sociala medier som till exempel Instagram och Twitter
- Digitala nyhetsbrev
- Trycksaker – informations- och marknadsföringsmaterial, till exempel utbildningskatalog, broschyrer och informationsmaterial.

3. Kriskommunikation

Intern och extern kommunikation i krissituationer påverkas ofta av att informationsarbetet sker under press, tidsmässig och psykisk, med snabba prioriteringar och ställningstaganden. Informationen ska alltid vara samstämmig till alla målgrupper och ska enbart baseras på kontrollerade fakta. Kris- och katastrofplan för Eksjö Fotboll, finns tillgänglig via hemsidan <https://www.laget.se/EksjoFotboll/Document>

4. Grafisk profil

Vid all kommunikation med medarbetare och externa målgrupper bör gemensamma riktlinjer för brevmallar, presentationsmallar, webbsidor följas.

5. Uppföljning

Det är viktigt att kontinuerligt utvärdera och följa upp kommunikationsinsatserna för att förbättra kommunikationen inom föreningen. Kommunikationsplanen bör revideras och uppdateras årligen.

6. Mål

- Informationsmål – Vad ska målgruppen veta
- Kunskapsmål - vad målgruppen ska kunna. Kan finnas på en skala mellan "känna till" och "Kunna räkna upp, veta, förstå".
- Attitydmål - vad målgruppen ska tycka. Kan finnas på skalan mellan "Tolerera" och "Älska"
- Motivationsmål – vilken motivation ska målgruppen ha. Kan finnas på en skala mellan "Tänka sig att göra" till "Kämpa för"
- Beteendemål – vad målgruppen ska göra. Kan finnas på skalan från "Pröva en gång" till "Alltid göra".

Våra mål listas i formbudskap.



6.1 Budskap

Vårt huvudsakliga mål är att så många som möjligt ska kunna idrotta/ motionera med glädje och gott kamratskap, tillsammans med duktiga ledare. Verksamhetens målsättning är att skänka de aktiva sådan glädje och motivation att det blir självklart att fortsätta idrottandet från tidiga år till seniornivå och motionsnivå. IF Eksjö Fotboll ska även fostra från unga år att känna engagemang och gemenskap i vårt föreningsarbete.

Ungdomsverksamhetens övergripande mål

De övergripande målen för verksamheten i IF Eksjö Fotbolls ungdomsverksamhet är att:

- utbilda pojkar och flickor att bli duktiga idrottare från grunden och att stimulera deras utveckling och framsteg så att de får glädje och utbyte av "sin" sport.
- verksamheten ska erbjuda en grundläggande fostran i de speciella förutsättningar som gäller för lagidrott, dvs. samarbete, hänsyn och ansvarstagande.
- deltagande barn och ungdomar ska uppmuntras att alltid göra sitt bästa och alltid agera utifrån vad han/hon kan göra för att göra medspelare bättre.
- utbilda aktiva så att de kan delta i seniorverksamhet.
- varje år ha minst ett lag i varje åldersgrupp i träning.
- samtliga ledare ska utbildas enligt förbundens utbildningsstege motsvarande respektive åldersgrupps krav.
- kontinuerligt arrangera fortbildning för ledare.
- rekrytera ledare så att vi i snitt har en ledare/10 spelare.
- varje åldersgrupp bör ha minst tre ledare varav en är huvudansvarig.
- alla inblandade följer IF Eksjö Fotbolls riktlinjer för verksamheten.
- utifrån varje lag/åldersgrupp på bästa sätt tillgodose individens utveckling.
- uppmuntra träningsflit.

Eksjö är en stad med litet underlag av barn så det är av vikt att alla känner sig välkomna att delta i verksamheten. Det ska vara en självklarhet att fortsätta idrottandet från tidiga år till seniornivå och motionsnivå. Ett mål är exempelvis att föreningen ska ha kompletta lag när man övergår till 11-mannafotboll.

Tiden som aktiv i IF Eksjö Fotboll skall förknippas med glädje.