



# **Kommunikationsplan ÖSK Handboll Herr 2020**

Författare: Evelina Alm, Elvira Andersson & Moa Karlsson

# Innehållsförteckning

<b>1. Inledning</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Bakgrund</b> .....	<b>1</b>
2. 1 Intern kommunikation .....	1
2. 2 Extern kommunikation .....	1
2. 3 Värdegrund.....	2
2. 4 Verksamhetsidé .....	2
2. 5 Vision .....	3
<b>3. Mål</b> .....	<b>3</b>
<b>4. Kommunikationsstrategi</b> .....	<b>3</b>
4.1 Interna kommunikationskanaler.....	4
4.1.1 Kanal: Nyhetsbrev .....	4
4.1.2 Kanal: Informationsinlägg i lagets/ styrelsens Facebookgrupp.....	4
4.1.3 Kanal: Dokument.....	5
4.1.4 Kanal: Lagets.se .....	6
4.1.5 Kanal: Facebook .....	6
4.2 Externa kommunikationskanaler .....	7
4.2.1 Kanal: Webb.....	7
4.2.2 Kanal: Sociala medier .....	8
4.2.3 Kanal: Events .....	10
4.2.4 Kanal: Press/media.....	11
4.2.5 Kanal: Samarbeten .....	12
<b>5. Årsplanering 2021</b> .....	<b>13</b>
5.1 Årsplanering .....	13
<b>6. Utvärdering</b> .....	<b>14</b>

# 1. Inledning

Kommunikationsplanen är framtagen som ett styrdokument för ÖSK Handboll Herrs externa och interna kommunikationskanaler.

## 2. Bakgrund

Organisationen ÖSK Handboll Herr delas in i tre huvudprocesser:

### *Föreningen*

### *Laget*

### *CSR-projekt/samarbeten*

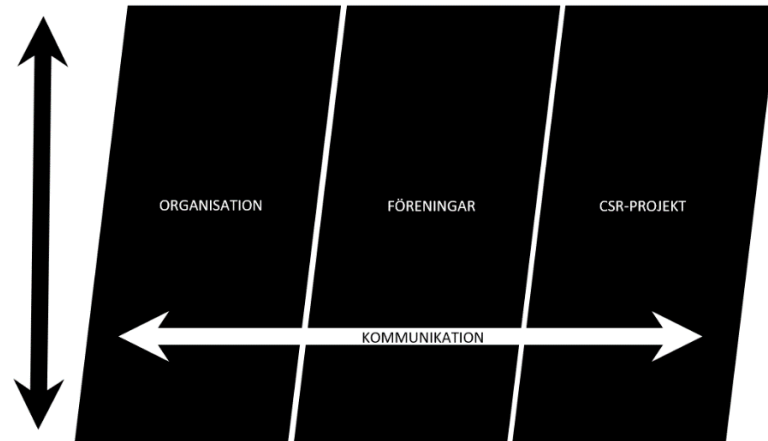
Dessa tre huvudprocesser ligger som grund till organisationens verksamhet och behöver fungera för att organisationen i sin tur ska göra det. För att huvudprocesserna ska fungera behövs kommunikation som en stödprocess som syftar till att förenkla och tydliggöra förutsättningarna för huvudprocesserna och verksamheten. Kommunikation handlar om att förena och stärka en verksamhets interna och externa varumärke, budskap och kännedom bland målgrupper. Kommunikation som stödprocess går på tvären genom huvudprocesserna. Det finns ett ömsesidigt beroende mellan en organisations interna och externa kommunikation.

### 2. 1 Intern kommunikation

Intern kommunikation handlar om den interna organisationen, att bygga varumärket inifrån. Den interna kommunikationen behövs för att skapa goda relationer med omgivningen. För att den interna kommunikationen ska fungera krävs det att medarbetare måste identifiera sig med organisationens kärnvärden och kommunicera dessa vidare till olika intressenter. Den interna kommunikationen stannar inte i organisationen utan når även ut till andra målgrupper.

### 2. 2 Extern kommunikation

Extern kommunikation handlar om all kommunikation som sker utanför organisationen mot externa publik. Den externa kommunikationen förmedlar en bild av organisationen utanför organisationen och bygger organisationens image, varumärke och identitet genom goda relationer. För att den externa kommunikationen ska fungera krävs det att man ska kunna presentera en tydlig bild av organisationen till samtliga publik för att både skapa och behålla starka relationer. Den externa kommunikationen når även medarbetarna och kan ha en potentiell påverkan på dem.



## 2.3 Värdegrund

Det är av betydelse att värdegrunden genomsyrar all kommunikation som ÖSK Handboll Herr bedriver. ÖSK Handboll Herr har bestämt att följande värdegrundsord ska prägla föreningen:

### *Engagemang*

- Föreningen har klubbgemenskap med ett ömsesidigt engagemang som ska genomsyra hela klubben från senior till ungdomslag
- Föreningen har god moral och är delaktiga på och utanför planen
- Föreningen har tydlig struktur vilket innebär att alla vet vad som görs och av vem

### *Respekt*

- Föreningen visar respekt mot varandra, motståndare, domare, sponsorer och nya spelare
- Föreningen är välkomnande och inkluderande
- Föreningen bryr sig om ÖSK Ungdom och ÖSK Handboll Dam och närvarar på deras aktiviteter
- Föreningen har ett professionellt bemötande och har ett vårdat språk

### *Viljestyrka*

- Föreningen ger aldrig upp. Alla drar åt samma håll
- Föreningen har rätt inställning i allt de gör
- Med rätt attityd skapar föreningen gemenskap och glädje
- Ett starkt engagemang leder till viljestyrka

### *Målinriktning*

- Föreningen har gemensamma mål och är tydliga och ärliga mot varandra
- Alla i föreningen ska bli behandlade med respekt
- Genom att vara målinriktade är vi attraktiva för andra engagera sig i föreningen

## 2.4 Verksamhetsidé

Örebro SK Handboll Herrs verksamhetsidé är att vara en förening som bedriver handboll för herrseniorer. Föreningen ska erbjuda spelare och ledare bra utbildning, inte bara inom handboll utan även för att utvecklas som människor med stort samhällsansvar. Invånarna i Örebro ska erbjudas möjlighet att se handboll på hög klass. Föreningen ska erbjuda spelare, ledare, familjemedlemmar och övriga intresserade en förening med engagemang, delaktighet och respekt.

## 2. 5 Vision

Örebro SK Handboll Herr är en etablerad elitförening med regional förankring.

## 3. Mål

### Huvudmål

Att förbättra organisationens interna och externa kommunikation för att få ökad trafik till organisationen (t.ex. matcher, hemsida, sociala medier, sponsorer osv). Detta mål ska nås genom att i linje med verksamhetsmålen förbättra kommunikationen inom organisationen.

### Delmål

#### Primära delmål

- Lägga upp minst 52 nyhetsinlägg på hemsidan under 1 år.
- Lägga upp minst 52 inlägg på Facebook under 1 år.
- Lägga upp minst 52 inlägg på Instagram under 1 år.
- Skriva minst 10 ord efter varje spelad match på Facebook.
- Skriva minst 10 ord efter varje spelad match på Instagram.

När föreningen upp till dessa primära delmål kan det leda till att föreningen uppfyller de sekundära delmålen.

#### Sekundära delmål

- Öka antalet medlemmar till föreningen
- Öka snittet på publiksiffror
- Öka uppmärksamhet i media sportsligt
- Öka uppmärksamhet i media projekt/samarbetsmässigt (CSR och övriga samarbeten)
- Öka sponsorintäkter
- Öka trafiken till hemsidan

### Målgrupper

Följande målgrupper har identifierats:

- En bred allmänhet
- Personer som är intresserade av handboll
- Personer som vill börja spela handboll
- Personer som spelar handboll
- Personer som har familjemedlemmar som spelar handboll
- Personer som har spelat handboll
- Personer som har varit eller är ledare inom handboll

## 4. Kommunikationsstrategi

Detta avsnitt kommer att tydliggöra de olika kommunikationskanalerna i form av målgrupper, vad för information som ska publiceras och vem som ska publicera informationen.

## 4.1 Interna kommunikationskanaler

### 4.1.1 Kanal: Nyhetsbrev

Nyhetsbrev är ett enkelt sätt att kommunicera internt. Nyhetsbrevet bör innehålla relevant information som är av betydelse för förändringar och händelser inom organisationen. Nyhetsbrev bör skickas kontinuerligt och med jämn intervall, förslagsvis en gång i kvartalet. Nyhetsbrev skrivs av en ansvarig person som även har ansvar att uppdatera sändlistor. Nyhetsbrevet bör skickas till samtliga inom organisationen. Välj mellan att skicka mejl eller att publicera informationen i relevant forum.

#### **Målgrupp**

Målgruppen för nyhetsbrev är:

1. Styrelsen
2. Laget
3. Alla som är medlemmar i föreningen

#### **Information**

Informationen i nyhetsbrevet ska innehålla följande:

- Inledning av ordförande
- Information från styrelsen
- Kort information om vad som händer i föreningen
- Kalendarium innehållandes vad som händer inom de kommande månaderna
- Länkar till aktiviteter

#### **Vem**

*Ansvarig för att delge information: styrelsen.*

*Ansvarig för produktion: Ordförande ansvarar för att skriva nyhetsbrevet.*

*Ansvarig för publicering: Ordförande ansvarar för att skicka nyhetsbrevet sista fredagen i månaden till berörda.*

### 4.1.2 Kanal: Informationsinlägg i lagets/ styrelsens Facebookgrupp

Informationsinlägg är en förenklad version av ett nyhetsbrev och fungerar som en löpande uppdatering. Informationsinlägg bör innehålla information om aktuella händelser i nutid. Informationsmejl publiceras i relevant forum kontinuerligt och med jämn intervall till styrelsen, förslagsvis en gång i månaden (mellan varje styrelsemöte).

#### **Målgrupp**

Målgruppen för informationsinlägg är:

1. Styrelsen (månadsvis)
2. Alla som är medlemmar i föreningen (vid behov)

#### **Information**

Informationsmejlen ska handla om aktuella händelser som direkt berör laget/styrelsen/föreningen samt närliggande kommande aktiviteter. Utgå exempelvis från följande frågor:

- Vad har hänt/gjorts under månaden?
- Vilka beslut har tagits?
- Vad händer nästa månad?
- Behöver jag information om en specifik fråga från någon annan inför kommande styrelsemöte?
- Övrig viktig information (vid behov).

### **Vem**

*Ansvarig för att delge information:*

- *Sportsligt ansvarig (A-lag, U-lag)*
- *Ansvarig för motionshandboll*
- *Samhällsansvar/CSR*
- *Ansvarig för samarbeten*
- *Kommunikationsansvarig*
- *Lagledare*

*Ansvarig för produktion:*

- *Sportsligt ansvarig (A-lag, U-lag)*
- *Ansvarig för motionshandboll*
- *Samhällsansvar/CSR*
- *Ansvarig för samarbeten*
- *Kommunikationsansvarig*
- *Lagledare*

*Ansvarig för publicering (1 gång/månad):*

- *Sportsligt ansvarig (A-lag, U-lag)*
- *Ansvarig för motionshandboll*
- *Samhällsansvar/CSR*
- *Ansvarig för samarbeten*
- *Kommunikationsansvarig*
- *Lagledare*

#### **4.1.3 Kanal: Dokument**

Dokument som publiceras 1 gång/år på laget.se är följande styrdokument:

1. Stadgar
2. Verksamhetsberättelse
3. Kommunikationsplan
4. Vision och mål
5. Policy

#### **Målgrupp**

Målgruppen för dokumenten är:

1. Allmänheten
2. Medlemmar i föreningen
3. Laget
4. Styrelsen

### **Information**

Dokument som styr föreningen ska finnas tillgängligt på hemsidan. Vid varje årsstämma kan nya dokument komma till eller så krävs en uppdatering av befintliga dokument.

### **Vem**

*Ansvarig för att delge information: Samtliga styrelsemedlemmar.*

*Ansvarig för produktion: Ordförande.*

*Ansvarig för publicering (1 gång/år): Ordförande.*

### **4.1.4 Kanal: Lagets.se**

Laget.se fungerar som en kanal för internkommunikation. Vid en snabb kommunikation använder sig föreningen av Facebook.

### **Målgrupp**

Målgruppen för lagets.se (internkommunikation) är:

1. Styrelsen (veckovis eller dagligen)
2. Laget (veckovis eller dagligen)

### **Information**

Laget.se är ÖSK Handboll Herrs webb. Laget.se fungerar som en kommunikationskanal från föreningen till laget och styrelsen. Via laget.se kan styrelsen skapa aktiviteter och skicka till föreningens medlemmar.

### **Vem**

*Ansvarig för att delge information:*

- *Sekreterare*
- *Lagledare*
- *Kommunikationsansvarig*

*Ansvarig för produktion:*

- *Sekreterare*
- *Lagledare*
- *Kommunikationsansvarig*

*Ansvarig för publicering (1 gång/år):*

- *Sekreterare*
- *Lagledare*
- *Kommunikationsansvarig*

### **4.1.5 Kanal: Facebook**

Facebook används som plattform för daglig intern kommunikation. ÖSK Handboll Herr har flera olika Facebookgrupper som är till för en snabb och flexibel kommunikation. Grupperna är indelade i:

- Styrelsen
- Tränare + laget (plus messengergrupp)



- Laget + styrelsen

### **Målgrupp**

Målgruppen för Facebookgrupperna är:

1. Styrelsen (veckovis eller dagligen)
2. Laget (veckovis eller dagligen)

### **Information**

Facebookinläggen ska handla om aktuella händelser som direkt berör styrelsen och laget.

### **Vem**

*Ansvarig för att delge information:*

- *Sportsligt ansvarig (A-lag, U-lag)*
- *Ansvarig för motionshandboll*
- *Samhällsansvar/CSR*
- *Ansvarig för samarbeten*
- *Kommunikationsansvarig*
- *Lagledare*

*Ansvarig för produktion:*

- *Sportsligt ansvarig (A-lag, U-lag)*
- *Ansvarig för motionshandboll*
- *Samhällsansvar/CSR*
- *Ansvarig för samarbeten*
- *Kommunikationsansvarig*
- *Lagledare*

*Ansvarig för publicering (1 gång/månad):*

- *Sportsligt ansvarig (A-lag, U-lag)*
- *Ansvarig för motionshandboll*
- *Samhällsansvar/CSR*
- *Ansvarig för samarbeten*
- *Kommunikationsansvarig*
- *Lagledare*

*Daglig kommunikation via Facebookgrupperna administreras av Ordförande och Lagledare.*

## **4.2 Externa kommunikationskanaler**

### **4.2.1 Kanal: Webb**

Hemsidan ska fungera som ÖSK Handboll Herrs primära informationskanal. Vi rekommenderar er att se hemsidan som en samlingsplats för organisationens interna- och externa kommunikation.

På webbsidan ska användaren hitta information om vad som händer i föreningen operativt (just nu) och strategiskt (framtid). Hemsidan ska ha en tydlig navigering inriktad för laget, organisationen och styrelsen. Alla ska kunna ta del av den operativa styrningen och planeringen av verksamhetens framtid. På hemsidan ska föreningen publicera nyheter och information med minst veckointervall, oavsett säsong.

### **Målgrupp**

Hemsidan vänder sig primärt till alla befintliga medlemmar och till personer som är intresserade av att ansluta sig till föreningen. Detta kan vara intressenter som exempelvis; sponsorer, stödmedlemmar och spelare. Sekundärt vänder sig hemsidan till närliggande föreningar, press/media och andra intresserade aktörer.

### **Information**

Informationen på hemsidan ska bestå av allt som händer i föreningen. Informationen ska vara lättillgänglig och relevant för de som besöker sidan. En bra utgångspunkt för att avgöra om informationen är relevant att publicera på hemsidan är följande:

#### *Övergripande*

- Är informationen av intresse för en grupp människor?
- Är informationen relevant?
- Bidrar informationen till att höja föreningens värde?

#### *Coach/lagledare*

- Vad är på gång i laget? T.ex. matcher, träningar och lagaktiviteter.
- Behöver mitt lag information från mig? T.ex. ändrade matcher och CSR-projekt.

#### *Styrelse*

- Sas något på mötet som är bra att förmedla/informera om?
- Togs några beslut som berör föreningens medlemmar eller omgivning?
- Stod det något i relevanta mejl som hela föreningen skulle vara intresserade av att veta?
- Finns det något i den operativa planeringen som våra medlemmar behöver känna till?
- Finns det något i den strategiska planeringen som våra medlemmar behöver känna till?
- Finns det några förändrade riktlinjer som behöver kommuniceras?

#### *Enskild medlem*

- Hur vet jag som medlem vad som diskuteras?

### **Vem**

*Ansvarig för att delge information:*

- *Sportsligt ansvarig (A-lag, U-lag)*
- *Ansvarig för motionshandboll*
- *Samhällsansvar/CSR*
- *Ansvarig för samarbeten*
- *Kommunikationsansvarig*
- *Lagledare*

*Ansvarig för produktion: Kommunikationsansvarig ansvarar för att produktion av texter och bilder.*

*Ansvarig för publicering: Kommunikationsansvarig ansvarar för publicering på webbsidan.*

### **4.2.2 Kanal: Sociala medier**

Facebook/Instagram ska vara aktiva kanaler på sociala medier där ÖSK Handboll Herr kontinuerligt delar med sig av vardagliga saker och information som visar på bredden i föreningen.

Kommunikationen på sociala medier ska ha ett mer vardagligt språk och primärt ska innehållet visa personliga saker som händer i laget och föreningen. Samtidigt bör ÖSK Handboll Herr bli kritiskt

granskade, ifrågasatta och utmanade av omvärlden. Via sociala medier bygger ÖSK Handboll Herr kultur.

Utifrån enkäten anser ÖSK Handboll Herr att det bör vara en uppdelning mellan Facebooksidan och Instagramkontot. Där Facebooksidan ska vara mer strategisk och där Instagramkontot ska vara mer operativt. De sociala medierna i kombination med webben ska syfta till att ge ÖSK Handboll Herr ökad exponering. När ÖSK Handboll Herr skriver information på hemsidan som är relevant för sociala medier länkas nyheterna till Facebook. Undvik att länka inlägg på sociala medier till hemsidan (mer än vid undantagsfall), då länken till hemsidan finns tillgänglig statistiskt. På sociala medier ska vi publicera inlägg med minst veckointervall, oavsett säsong.

### **Målgrupp**

Facebook/Instagram vänder sig till alla som är intresserade av föreningen och vad som händer i vår verksamhet. ÖSK Handboll Herr vill skapa en personlig relation med sina följare på Facebook/Instagram och vill att det aktiva valet att följa sociala medier ska ligga hos följarna. På så sätt skapas en kvalitativ relation mellan föreningen och följarna. Facebook/Instagram ska inte vara ÖSK Handboll Herrs primära kanal för information då det finns de som aktivt väljer bort sociala medier.

### **Information**

Facebook och Instagram ska fungera som kulturbärare även om det till viss del kommer finnas informativt innehåll. På Facebooksidan delar ÖSK Handboll Herr med sig av nyheter och vad som händer kommande i föreningen (strategiskt). Det kan exempelvis handla om nya sponsorer och kommande matcher. På Instagram bör ÖSK Handboll Herr göra mer vardagliga inlägg från laget i form av text och bild. Det kan exempelvis vara en intervju med en spelare, bilder från träningen, matchresultat eller aktiviteter med laget som sker utanför den vanliga träningen. De ska fånga ögonblick och göra dem tillgängliga för fler. Det är viktigt att ÖSK Handboll Herr speglar hela sin förening via sociala medier.

### **Vem**

Inlägg bör publiceras med hög frekvens, men samtidigt kommunicera verksamhetens värdegrund. ÖSK Handboll Herr bör satsa på att framställa sig primärt som en enhet men sekundärt skildra enskilda individer (vid nyförvärv, presentation av spelare/styrelse, kontraktsförlängning samt händelser av extraordinär karaktär).

All publicering ska ske i egenskap av ÖSK Handboll Herr och därmed utesluta privata åsikter i form av enskild person.

### **Facebook**

*Ansvarig för att delge information:*

- *Sportsligt ansvarig (A-lag, U-lag)*
- *Ansvarig för motionshandboll*
- *Samhällsansvar/CSR*
- *Ansvarig för samarbeten*
- *Kommunikationsansvarig*

- *Lagledare*

*Ansvarig för produktion: Kommunikationsansvarig ansvarar för att produktion av texter och bilder.*

*Ansvarig för publicering: Kommunikationsansvarig ansvarar för publicering på Facebook.*

### **Instagram**

*Ansvarig för att delge information:*

- *Sportsligt ansvarig (A-lag, U-lag)*
- *Ansvarig för motionshandboll*
- *Samhällsansvar/CSR*
- *Ansvarig för samarbeten*
- *Kommunikationsansvarig*
- *Lagledare*

*Ansvarig för produktion:*

*1. (operativ information) En/två ansvariga personer från laget (William/Armin). Den/de ansvariga personerna sitter på ettårsintervall.*

*2. (strategisk information) En (kommunikationsansvarig) ansvarar för att lägga ut strategisk information.*

*Ansvarig för publicering:*

*1. (operativ information) En/två ansvariga personer från laget (William/Armin).*

*2. (strategisk information) En (kommunikationsansvarig) ansvarar för att publicera strategisk information.*

### **4.2.3 Kanal: Events**

Event, matcher och andra aktiviteter är det största publika fönster och den största plattformen för ÖSK Handboll Herrs extern kommunikation. Publiken ska mötas av en trevlig upplevelse. Genom att förbättra de kommunikativa insatserna på samtliga kanaler kan även eventen förbättras och fler individer intresserar sig i sporten handboll. Det är styrelsens uppgift att planera olika events som kan vara nödvändiga för att marknadsföra ÖSK Handboll Herr. Alla events ska kommuniceras genom ÖSK Handboll Herrs sociala medier.

### **Målgrupp**

*Primär målgrupp:*

Den breda allmänheten i Örebro

*Sekundära målgrupper:*

Personer som är intresserade av ÖSK Handboll Herr

Personer som vill börja spela handboll

Personer som har familjemedlemmar inom ÖSK Handboll Herr

Personer som är intresserade av handboll (personer som har spelat handboll)

Personer som har varit eller är ledare för ÖSK Handboll Herr

### **Information**

Informationen ska marknadsföra kommande event i god tid via sociala medier, informationsmejl och hemsidan. Det ska även informeras om ändringar och eventuellt inställda evenemang.

Biljettpriser/inträde/övriga utgifter ska finnas tillgängliga för besökare. Vid större event ska även pressmeddelanden skrivas och skickas ut till media.

### **Vem**

*Ansvarig för att delge information:*

- *Sportsligt ansvarig (A-lag, U-lag)*
- *Ansvarig för motionshandboll*
- *Samhällsansvar/CSR*
- *Ansvarig för samarbeten*
- *Kommunikationsansvarig*
- *Lagledare*

*Ansvarig för produktion: Kommunikationsansvarig ansvarar för att produktion av texter och bilder.*

*Ansvarig för publicering: Kommunikationsansvarig ansvarar för publicering på relevant kommunikationskanal.*

#### **4.2.4 Kanal: Press/media**

ÖSK Handboll Herr måste aktivt kontakta press och media. Det är även viktigt att kontinuerligt granska närliggande samarbetspartners som exempelvis Generation Pep!. Ett brett nätverk inom media bidrar till ökad uppmärksamhet och bidrar till att lättare att få ut nyheter. Det är viktigt att vid behov formulera pressmeddelanden som media kan ta del av.

### **Målgrupp**

Primär målgrupp:

Media

Sekundär målgrupp:

Lokal media. Exempelvis tidningar, reportage, radio, sportkonton och intervjuer

### **Information**

En person bör vara pressansvarig som media aktivt kan vända sig till vid eventuella frågor.

Information som kan vara relevant för media att ta del av kan exempelvis vara nyheter inom föreningen, satsningar inom laget, samarbeten med andra organisationer och förändringar i laget.

### **Vem**

*Det finns två delar när det kommer till press och media. Dels omvärldsbevakning och dels pressansvarig:*

*1. Ansvarig för omvärldsbevakning: Kommunikationsansvarig*

## *2. Pressansvarig: (Sportsligt ansvarig)*

*Ansvarig för produktion:*

*En (kommunikationsansvarig) ansvarar för att producera pressmeddelanden.*

*Ansvarig för publicering:*

*En (kommunikationsansvarig) ansvarar för publicering.*

### **4.2.5 Kanal: Samarbeten**

Föreningen arbetar aktivt med olika CSR-projekt. Genom CSR-projekten kommuniceras de positiva värden som handboll står för samtidigt som föreningens image stärks. ÖSK Handboll Herr ska kommunicera CSR-projekten till allmänheten genom att:

1. CSR-projekten ska ha en egen flik på relevanta sidor på hemsidan. Projektet ska tydligt synas på förstasidan
2. Sidan om CSR-projekten ska utvecklas med innehåll
3. CSR-projektet ska synas regelbundet på sociala medier (gamla bilder- och videos kan användas).
4. En eller två spelareambassadörer för CSR-projektet bör existera på lång sikt (minst 1 säsong). Spelarens/spelarnas uppgift är att:
  - Vara ansikten utåt för CSR-projektet
  - Delta i någon av träningarna på fritidsgårdarna
  - Fungera som en förebild/fadder för deltagande barn
5. Händer det något nytt i CSR-projektet ska ett pressmeddelande formuleras
6. En kontaktperson ska finnas tillgänglig för frågor samt kontaktuppgifter

### **Målgrupp**

Målgruppen för CSR-projektet är sponsorföretag, media och samhället.

### **Information**

Sociala medier ska fungera som informationskanaler tillsammans med hemsidan. CSR-projekten ska stärka ÖSK Handboll Herrs image vilket i sin tur kan leda till större medieutrymme och fler sponsorer.

### **Vem**

*1. Ansvarig för kontakt med samarbetspartners (företag): En ansvarig person från styrelsen (ansvarig för samarbeten) ansvarar för att få in nya sponsorer, bevara befintlig relation med nuvarande/kommande sponsorer och marknadsföra föreningens sponsorerbjudanden.*

*2. Ansvarig för spridning/marknadsföring av sponsorer och sponsorerbjudanden (allmänhet): Kommunikationsansvarig.*

*1. Ansvarig för produktion av sponsormaterial: Ansvarig för samarbeten.*

*2. Ansvarig för produktion av kommunikativt material rörande samarbetet: Kommunikationsansvarig ansvarar för att produktion av texter och bilder rörande samarbeten.*

*Ansvarig för publicering: Kommunikationsansvarig ansvarar för publicering på relevant kommunikationskanal.*

## 5. Årsplanering 2021

### 5.1 Årsplanering

Angivet antal är ett minimum. ÖSK Handboll Herr ska minst publicera givet antal men gärna mer.

#### **Januari**

Nyhetsbrev

4 nyheter på webben

4 inlägg på Facebook

4 inlägg på Instagram

#### **Februari**

Nyhetsbrev

Årsmöte

4 nyheter på webben

4 inlägg på Facebook

4 inlägg på Instagram

#### **Mars**

Nyhetsbrev

4 nyheter på webben

4 inlägg på Facebook

4 inlägg på Instagram

#### **April**

Nyhetsbrev

4 nyheter på webben

4 inlägg på Facebook

4 inlägg på Instagram

#### **Maj**

Nyhetsbrev

4 nyheter på webben

4 inlägg på Facebook

4 inlägg på Instagram

#### **Juni**

Årsmöte

Publicering av årsmötesprotokoll och styrdokument (Sekreterare)

Nyhetsbrev

4 nyheter på webben

4 inlägg på Facebook

4 inlägg på Instagram

#### **Juli**

Nyhetsbrev

4 nyheter på webben

4 inlägg på Facebook

4 inlägg på Instagram

## **Augusti**

Nyhetsbrev

4 nyheter på webben

4 inlägg på Facebook

4 inlägg på Instagram

## **September**

Nyhetsbrev

4 nyheter på webben

4 inlägg på Facebook

4 inlägg på Instagram

## **Oktober**

Nyhetsbrev

4 nyheter på webben

4 inlägg på Facebook

4 inlägg på Instagram

## **November**

Nyhetsbrev

4 nyheter på webben

4 inlägg på Facebook

4 inlägg på Instagram

## **December**

Nyhetsbrev

4 nyheter på webben

4 inlägg på Facebook

4 inlägg på Instagram

## **6. Utvärdering**

Innan årsmötet ska en utvärdering göras varje år. Detta för att utvärdera vad som gått bra, om målen har uppnåtts och vad som kan göras bättre för att sedan kunna dra nya lärdomar.

Vid utvärderingen ska föreningen utvärdera de mätbara primära delmålen. Föreningen ska också utvärdera de icke mätbara sekundära delmålen och skriva upp de resultat som genererats, för att nästkommande år kunna utvärdera målen som mätbara.