



Kommunikationsstrategi

Svenska Folkdansringens riksstyrelsen har definierat några uttryck som har betydelse för kommunikationsstrategin:

Vision: Det är den ändamålsparagraf som folkdansringen har. För kommunikationsstrategin kommer en undervision att skapas.

Policy: Är det förhållningssätt som vi ska ha och i detta fall till kommunikation. Policyn innehåller olika ställningstaganden och stödjer de som finns i folkdansringen generellt.

Strategi: Är de verktyg, det tillvägagångssätt vi ska ha.

Kommunikationsplan: Förutom den som gäller hela Svenska Folkdansringen ska det finnas en för varje projekt och de innehåller också aktivitetsplaner. Det handlar om var, när och hur vi ska göra vad.

Vision Kommunikation

Visionen för kommunikationsstrategin är att upprätthålla och utveckla vår verksamhet, identitet och profil. Arbetet sker i samverkan med och i hela organisationen.

Policy Kommunikation

- vi är en partipolitisk obunden ideell, idéburen kulturorganisation
- vårt varumärke är folkmusik, folkdans, folklig sång, slöjd och bygdedräkt.
- vi lyfter fram hela vår mångfacetterade verksamhet
- vi berättar om vår verksamhet och får fler att intressera sig för vår verksamhet.
- vi sprider trygghet genom det svenska kulturarvet
- vi har förmåga att hantera kriser inom organisationen
- vi har en strukturerad omvärldsbevakning

Strategi Kommunikation

Intern kommunikation:

- är att kommunicera internt mellan alla nivåer i organisationen
- är att kommunicera internt om att kommunicera
- att ha frivilligarbetande kommunikatörer inom hela Svenska Folkdansringen

Extern kommunikation:

- den prioriterade kommunikationskanalen är Svenska Folkdansringens alla olika webbplatser/hemsidor
- våra medlemmar och lokala organisationer hanterar vardagsdialogen.
- vi har en återkommande dialog med och ställer krav på makthavare, och vi väcker opinion hos allmänheten
- Media och sociala medier (Facebook, Twitter, Youtube mfl) är viktiga verktyg för att driva opinion, påverka och förändra attityder



Det finns olika typer av kommunikationskanaler för Svenska Folkdansringen.

- 1) en information som förändras över lång tid (Hemsida, Hembygden)
- 2) en snabb information när organisationen behöver veta så snart som möjligt (infoblad)
- 3) ett diskussionsforum för mer korta inlägg, snabba svar och spetsiga formuleringar (sociala medier)
- 4) Personliga möten
- 5) Övrigt informationsmaterial (pressrealeser, broschyrer m.m.)

Mall för kommunikationsplan

Övergripande mål

Vad vill du uppnå och vilket mål och syfte finns med kommunikationsinsatsen? Öka kännedom, förändra attityd och beteende eller sprida information?

Nulägesanalys

Finns det några problem du vill lösa? Några behov att tillgodose? Gör en nulägesanalys.

Du kan ta hjälp av en SWOT-analys:

Strengths – (styrkor)

Weaknesses – (svagheter)

Opportunities – (möjligheter)

Threats – (hot)

Målgrupp

Lista och prioritera de viktigaste målgrupperna. Vad har målgruppen för behov och kunskap? Vad vill du att målgruppen ska göra, tycka eller veta?

Budskap

Vad ska du säga för att nå fram till målgruppen? Är budskapen relevanta och anpassade till målgruppen?

Kanal

Var finns din målgrupp? Val av kanaler bör utgå från mål och målgrupp. Är webb, möte, workshop, personaltidning etc rätt kanal? Kanske flera kanaler passar för målgruppen?

Vem

Vem säger det? Vem är budbärare för denna kommunikationsinsats?

När

När i tiden är kommunikationsinsatsen bäst att genomföra för bästa resultat? Kanske behöver du kommunicera flera gånger?



Budget

Vad kommer det att kosta och vilka resurser har du? Är kostnaderna i rimlig proportion till det du vill uppnå?

Uppföljning

Avstämning

Identifiera aktiviteter för löpande uppföljning och avstämning.

Utvärdering

Hur ska resultat följas upp? Går det att mäta effekterna? Utvärdering görs av insatser utifrån måluppfyllelse.

Aktivitetsplan

När kommunikationsplanen är klar bör även en lättöverskådlig aktivitetsplan göras.

Målgrupp	Aktivitet	Mätbara mål	Projektgrupp/ansvar	Budget	Tidplan

En Kommunikationsplan för olika delar av Svenska Folkdansringens verksamhetsområden kan handla om följande:

Vad ska vi göra:

- Vår grundläggande information om vår organisation, verksamhetsidé och verksamhet publiceras på hemsidan och i Hembygden.
- Hembygden är vår plattform för information i pappersform
- Nyhetsbrev är pappersformens snabbinformation
- Sociala medier som Facebook, Twitter, SMS är olika former för snabbinformation och för att synas i debatter.
- För extern kommunikation använder vi bland annat pressmeddelande, presskonferenser och personliga kontakter



- Vi utbildar och använder lokala kommunikatörer för att sprida information internt och externt.
- Vi försöker ha en snabbinformation direkt efter riksstyrelsens sammanträden internt.
- Varje projekt har en egen kommunikationsplan
- Varje distrikt och förening bör ha en egen kommunikationsplan

Var, när och hur behöver utvecklas för varje "Vad" - punkt. Här kommer några punkter som vi tidigare tog fram

Hur jobbar vi med kommunikationsarbetet:

- Vi strävar efter att ha en snabbinformation på sociala medier eller Hemsidan senast ett dygn efter händelsen. Här engageras hela Riksstyrelsen och medlemmarna!
- Alla i organisationen har ett ansvar för att väsentlig information kommer till rätt kommunikatör som vet vart vi är på väg. Kommunikatören är särskilt utsedda som har befogenhet att rätta, redigera och ta bort.
- När vi kommunicerar ska vi vara uthålliga och ständigt ha nyrekrytering som en av anledningarna för kommunikationen. Där vi finns på media eller fysiskt ska vi alltid hänvisa till en mötesplats där all behövlig information för deltagande ska finnas.
- Vårt arbete börjar på hemmaplan så att alla medlemmar är medvetna om vår inriktning och strategi. Våra föreningar uppmanas att ha ett särskilt förnyelse- och framtidsprogram för att sprida intresset för folklig dans och musik samt rekrytering av nya medlemmar.

Vi avslutar all information med "Svenska Folkdansringen värnar om demokrati och rättvisa. Vi vill förvalta vårt kulturarv och gör det med övertygelsen om att alla människor är lika mycket värda och skall bemötas med respekt för sin särart. Trygga i vårt kulturarv samverkar vi med kulturer från hela världen.