

Kommunikationspolicy

Arbetsgruppen för utveckling av kommunikationspolicyn december 2021-april 2022: Marlene Jonsson, Jesper Bengtsson och Jonas Ringdahl. Kommunikationspolicyn fastställdes på riksstyrelsemötet RS 2022-4 den 27 april 2022.

Innehåll

Kommunikationspolicy	2
Nuläget (april 2022):.....	2
Önskat läge:.....	2
Kommunikationspolicy baseras på Folkdansringens:.....	2
Vi kommunicerar med:.....	2
Kontakt med journalister och andra media-medarbetare	3
Att väcka opinion och påverka beslutsfattare.....	3
Hur vill vi uppfattas	3
Kort om oss.....	3
Hur ska vi kommunicera	3
Välj lämplig kanal.....	4
Egna kanaler	4
Andras kanaler.....	4
Mall för kommunikationsplan	6

Kommunikationspolicy

Syfte: Förenkla för funktionärer att skapa en tydlig och effektiv kommunikation, både till sin målgrupp och ansvarig/styrgrupp, som bidrar till Svenska Folkdansringens ändamål (se stadgarna), mål (se verksamhetsplanen) och värdegrund (se vidare här i kommunikationspolicyn).

Mål: Genom Kommunikationspolicyn har vi möjlighet att uppfattas mer enhetligt och genomtänkt av dem som vi kommunicerar med. Funktionärer ska enklare kunna skapa kommunikationsplaner under arbetet med uppgifter/projekt.

Nuläget (april 2022):

1. Otydlighet och svårt att beskriva oss – både internt och externt
2. Vi lyckas inte riktigt ta vara på omvärldens intresse för våra verksamhetsområden
3. Vilka är vi?
4. Vad vill vi?
5. Vad kan vi bidra med?
6. Ska vi låta oss påverkas eller ska vi påverka andra?
7. Vi får uppfinna hjulet rätt ofta när vi ska formulera texter om oss

Önskat läge:

- Att våra funktionärer bidrar med information till våra olika kanaler och vet vem som ansvarar för kanalen
- Att våra anställda kan samordna och hjälpa till med kommunikationen i egna uppdrag eller bistå funktionärer i sina kommunikationsinsatser.
- Att så många som möjligt av medlemmar, funktionärer och anställda med flera ska ha fokus på att ge en god bild av Svenska Folkdansringen som kan generera fler intresserade och medlemmar
- Att väcka opinion och påverka beslutsfattare (enligt Verksamhetsplanen)

Kommunikationspolicy baseras på Folkdansringens:

- Stadgar*, med bland annat ändamål
- Värdegrund
- Grafisk profil*
- Verksamhetsplan
- Övriga policyer*

* *ingår i bland annat Riksfunktionärshandboken.*

Vi kommunicerar med:

- Medlemmar (aktiva och passiva)
- Funktionärer (förtroendevalda, ledare, övriga funktionärer)
- Organisationer utanför Folkdansringen (i Sverige och utomlands)
- Myndigheter och beslutsfattare (verk, kommuner, regioner med flera)
- Utbildande och folkbildande institutioner (skolor, studieförbund, universitet, folkhögskolor, museer, bibliotek med flera)
- Publik och allmänhet
- Potentiella medlemmar

- Anställda medarbetare

Kontakt med journalister och andra media-medarbetare

- Kolla hur snart hen behöver svar (de har sina deadlines som även vi behöver rätta oss efter)
- Be om tid för att återkomma om det behövs
- Uttala dig endast om sådant som du har tillräcklig kunskap/information eller skaffa dig det
- Be om att få läsa text innan publicering (dock finns ingen rättighet att få läsa)
- Meddela berörda i organisationen

Att väcka opinion och påverka beslutsfattare

Genom:

- Samarbetsorganisationer som för vår och andras talan
- Deltagande i evenemang och arrangemang där beslutsfattare deltar
- Den bild av oss/kommunikation som vi för ut i alla kanaler och som påverkar allmänhet och beslutsfattare

Hur vill vi uppfattas

– utifrån vår värdegrund (enligt riksstyrelsens beslut i april 2022)

- **Gemenskap** innebär att alla ska kunna känna samhörighet och ges möjlighet att vara tillsammans med andra i vår verksamhet.
- **Engagemang** i vårt ideella arbete bidrar till inspirerande mötesplatser för kultur.
- **Mångfald** berikar vår verksamhet med många olika erfarenheter.

Kort om oss

Svenska Folkdansringen studerar, levandegör och för vidare svensk folklig kultur.

Det gör vi genom verksamheter så som dans, lek, musik, sång, dräktkultur, slöjd, hantverk, matkultur, folktro, seder och bruk.

I våra föreningar, distrikt och riksorganisation vägleds arbetet av värderingar som gemenskap, engagemang och mångfald. Verksamheterna bedrivs i demokratisk ideell föreningsform, politiskt och religiöst obundna.

Hur ska vi kommunicera

- Tala alltid sanning (eller håll tyst)
- Låt alltid den som har tillräcklig kunskap/information i frågan uttala sig
- Utgå från vår värdegrund och framhåll, där det är möjligt, det som vi är och så som vi vill uppfattas
- Utgå från målgruppens behov och förkunskaper i ämnet, som kommunikationen vänder sig till.
- Utgå från kanalen och hur läsarens beteende fungerar där.
Snabb och kort information i till exempel sociala medier eller sms där det viktigaste behöver komma tidigt i texten.
Längre och förklarande texter till exempel på webb eller i tidning, där det finns mer uthållighet hos mottagaren.

- Håll ett enkelt, vardagligt och vårdat språk, som de flesta i målgruppen kan förstå och uppfattar som trevligt och lätt.
Undvik formellt och högtravande språk, som kan uppfattas som svårläst och främmande.
- Skriv ut och nämn hela namn och benämningar, på företeelser inom och utom vår organisation, för att vara tydlig och låta alla läsare förstå utan att känna osäkerhet. Undvik förkortningar. Sträva efter att i tal alltid säga hela namnet/benämningen. Om det är nödvändigt med en förkortning i text så ska hela namnet skrivas ut första gången det nämns med förkortningen inom parentes, enligt skrivregler för svenska myndigheter. Exempel; Sveriges Spelmäns Riksförbund (SSR).

Välj lämplig kanal

– sätt dig in i mottagarens perspektiv för att kunna nå fram på bästa sätt

- I vilka kanaler rör sig din målgrupp?
- Hur tar de helst emot information, hur mycket information orkar de med åt gången?
- Finns det flera kanaler som passar för målgruppen och som kan komplettera varandra?
- Behöver informationen upprepas för att nå fram, hur ofta/länge?
- Hur vet jag, kan jag få veta, att mottagaren har uppfattat informationen?

Egna kanaler

*-märkta är våra prioriterade kanaler där våra medlemmar hittar vår grundinformation

- Webbplatser
 - folkdansringen.se*
 - zornmarket.se
 - dansochspelmansstamma.se
- Sociala medier
 - Facebook
 - Instagram
 - Youtube
- Hembygden* – Folkdansringens tidskrift som ingår i medlemskapet
- Nyhetsbrev* – via epost
- Pressmeddelanden (presskonferenser)
- Personlig samtalad kommunikation – i verkligheten per, telefon/video
- Personlig skriven kommunikation – epost, brev/kort, sms, chatt
- Trycksaker och produkter
- Evenemang & arrangemang

Andras kanaler

- Tidningar & webbplatser
- TV
- Radio & podcast
- Sociala medier (Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, tik tok med flera)
- Evenemang & arrangemang
- Folkbildningsförbund & samarbetspartner
 - Webbplatser
 - Sociala medier
 - Nyhetsbrev

- Tidningar
- Trycksaker
- Evenemang & arrangemang

Mall för kommunikationsplan

I många av Folkdansringens projekt och uppdrag finns behov av kommunikation. Med en tydlig planering och beskrivning av arbetet för kommunikationen blir det enklare att själv få en bra bild av vad som ska göras och även att kommunicera den med övriga inblandade.

1. **Nuläge & önskat läge - reflektera**

Hur ser förutsättningarna ut idag? Analysera de styrkor och möjligheter som finns.
Vilka behov har vi? Vilka behov har målgruppen?
Vilka förhoppningar och farhågor finns?
Vilket resultat önskas?

2. **Formulera syfte** med kommunikationen som ska skapas.

Syfte: (Varför görs detta? Vad är nyttan med detta?)

3. **Formulera mål** med kommunikationen som ska skapas.

Mål: (Vem/vad/vilka ska göra eller förstå vad? När ska det vara klart och genomfört?
Var konkret och skapa mätbara mål.)

4. **Formulera**, enligt "Hur vi kommunicerar" i kommunikationspolicyn ovan:

- a. **Målgrupp**
- b. **Kanal**
- c. **Budskap**
- d. **Avsändare**

5. **Resurser**

Vilka resurser behövs (ekonomiska och arbetsinsatser) och vilka finns det tillgång till?
Räcker resurserna eller behövs det mer?

6. **Planera aktiviteterna** – vad ska göras, var, när och vem är ansvarig?

(Denna mall kan underlätta)

Aktivitet	Kanal	Tid	Ansvarig

7. **Lägg in avstämningar**

Lägg in löpande avstämningar av aktiviteterna under genomförandet – följs planen eller behöver något justeras?

8. **Utvärdering**

Följ upp resultatet

- a. Hur gick det i förhållande till målsättningen - vad blev som planerat och inte?
- b. Vad kan ha bidragit till eventuella skillnader?
- c. Hade något kunnat göras annorlunda?