

25. januar 2023

Retningslinjer for Digitale medier i FSM

1. Afgrænsning

Hvilke medier er omfattet:

- Klubbens hjemmeside
- Skismøren
- Sociale medier som Facebook
- Conventus (e-mail og kalender)

2. Baggrund, overordnet mål og handlingsplan

Baggrund – motivation

FSM har i alt 4 digitale platforme som indgår i foreningens arbejde og som en del af foreningens ansigt udadtil. Det er klubbens hjemmeside, klubbens medlemsblad Skismøren, sociale medier og her hovedsageligt Facebook-kanaler i de enkelte afdelinger – og så information udsendt pr. e-mail og som styres fra det klub-administrative system Conventus.

Hidtil har de 4 digitale platforme i praksis været brugt relativt uafhængigt af hinanden og forskelligt. Konsekvenserne af dette er mange og ret forskelligartede – og går fra en generel konstatering af, at der er ringe synergi i det ellers gode benarbejde der laves på de forskellige platforme og kanaler. Og i den anden og konkrete ende, at der kan være forvirring om, hvor man finder (eller opdaterer) en given information, eksempelvis en kalender-begivenhed. Findes den på hjemmesiden eller i Skismøren eller på pågældende afdelings Facebook-kanal? Eller, endnu værre, når der er forskellige oplysninger om samme kalender-aktivitet – hvad gælder så?

Det ene udgangspunkt for den fremtidige brug af digitale medier i FSM er derfor en tro på, at **eksisterende medlemmer kan få (endnu) større nytte af deres klubkontingent** end de har i dag. Herunder at flere får mulighed for at benytte de aktiviteter der rent faktisk gennemføres, uanset om det er inden for ens egen afdeling (eller afdelinger) eller det er i andre afdelinger og herunder de sæsonbetingede, tværgående aktiviteter som core, svømning og indendørs hockey. Det gælder samtidig, at vi ikke skal underkende værdien af, at man (som medlem) glædes af at læse/se/høre om aktiviteter, initiativer m.v. selvom man ikke nødvendigvis selv er direkte part i det – er med til at styrke sammenhængskraften i klubben og at man kan "tale med" i en bredere forstand og ikke kun om egen/egne afdelinger.

Det andet udgangspunkt er det faktum, at medlemsskaren bliver stadig ældre og at medlemsskaren langsomt men sikkert er for nedadgående. Det er en generel problemstilling i klubben og ikke isoleret til brugen af de digitale platforme. Omvendt må det også konstateres, at selvom **rekruttering af nye medlemmer** sker i en bredere indsats i klubben, er der et uudnyttet potentiale i de digitale mediers vigtige bidrag til at øge medlemstilgangen. Og herunder at de digitale medier ses som en hjørnesten i rekrutteringsindsatsen.

Overordnede mål

På baggrund af ovenstående er der **2 primære mål** for brug af digitale medier i FSM:

- Eksisterende medlemmer får størst mulig glæde af deres medlemsskab
- Hvervning af nye medlemmer til klubben

Foruden de 2 hovedmål er der **2 sekundære mål**:

- Eksponering af klubbens sponsorer
- Understøttelse af klubbens aktiviteter og stævner, hvor der er eksterne deltagere

Overordnede omdrejningspunkter

Den generelle motivation for den fremtidige brug af digitale medier i FSM har disse 3 overordnede omdrejningspunkter:

- I højere grad **bruge de digitale medier i en sammenhæng** – både isoleret set og samlet. Hvilken type indhold er "kun" på ét specifikt medie, ex. Skismøren eller hjemmesiden, hhv. indhold der med fordel kan være flere steder, ex. glad kort historie om dagens tur. Og sidst, underbygning af indhold: når vi kører en kampagne for at skaffe nye medlemmer, skal der være en sammenhæng mellem det vi gør på enkelte medier (og det vi måtte gøre på anden vis, ex. annoncering i Det Rigtige Faaborg).
- **Genbrug af indhold**, det være sig "historier", billeder, omtale etc. Skal sikre, at vi når ud til flest mulige uafhængigt af, hvilket medie den enkelte gør brug af. Gælder samtidig, at det er for at få mest muligt ud af vores anstrengelser, ex. så det er nemmest muligt at have relevante billeder til rådighed, eller automatisk visning af kalenderinfo fra Conventus på hjemmesiden (så det kun skal vedligeholdes ét sted).
- **Udbredelse af en kultur i brugen af de digitale medier**, eks. at det er sjovt når der postes "tak for turen" og/eller billeder fra en tur – men er ikke kun sjovt, det er også "klogt" i den forstand, at det er med til at holde andre til, vished om at der rent faktisk er ture "for mig" uanset om jeg allerede er medlem eller potentiel medlem.

3. Overordnede målgrupper og indhold

Overordnede målgrupper

Der opereres med 4 overordnede målgrupper:

- Medlemmer
- Potentielle nye medlemmer
- Deltagere i stævner
- Offentligheden

Hver af de 4 grupper er uddybet i nedenstående tabel.

Tabel 1: Målgrupper for digitale medier

Overordnet gruppe	Beskrivelse
Medlemmer	Der skelnes mellem 4 grupper af medlemmer: <ul style="list-style-type: none">• Aktive medlemmer• Nyt medlem ("Jeg er ny" – er en særskilt gruppe, både fordi der er en række informationer der har særlig relevans for nye medlemmer og for at fremhæve, at vi skal gøre en indsats for nye medlemmer, så de ikke falder fra inden inden de er faldet til i klubben)

	<ul style="list-style-type: none"> • Passive medlemmer (medlemmer der følger med i klubbens gøren og laden, eksempelvis via Skismøren og FB-opslag, men som ikke selv deltager) • Frivillige medlemmer (medlemmer der fungerer som frivillige til afdelings- og klubaktiviteter og medlemmer med tillidshverv. Omfatter alle former for frivillig indsats)
Potentielle nye medlemmer	<p>Der skelnes mellem, hvordan potentielle nye medlemmer adresseres via de digitale medier:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Direkte hvervning (gruppen der lader sig hverve via vores aktiviteter og kampagner – hvor budskabet om at blive medlem er eksplicit) • Indirekte hvervning (gruppen der lader sig hverve via eks. offentligt kendskab, mund-til-mund, ”deling”, osv. – hvor budskabet om at blive medlem er implicit)
Deltagere i stævner	<ul style="list-style-type: none"> • Information om stævner og aktiviteter for deltagere, herunder deltagere der hverken er medlemmer eller potentielle medlemmer
Offentligheden	<ul style="list-style-type: none"> • Bevare og om muligt øge kendskabet til FSM i offentligheden, eks. så der svares FSM når en tilflytter spørger naboen om de kender et godt sted hvor der er nogen man kan løbe med eller et sted at gå en tur med ligesindede • Via goodwill skabe opbakning og sympati om klubben, eks. ifm etablering af nyt klubhus, villighed til omtale i medier osv. (vi skal ikke være til at komme udenom)

Overordnet indhold

Der er følgende typer indhold på de digitale medier:

- Aktuelle informationer
- Historier
- Dag-til-dag koordinering
- Kalender
- Klubben
- Afdelingerne
- Stævne-information
- Eksposering af sponsorer

Indholdet er beskrevet nærmere i nedenstående tabel.

Tabel 2: Indhold på de digitale medier

Typen af indhold	Beskrivelse
Aktuel information	<p>Eksempel på aktuel information:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Indkaldelse til årsmøde i afdelingerne • Referat af bestyrelsesmøde • Status på nyt klubhus

Historier	<p>Eksempler på "historier":</p> <ul style="list-style-type: none"> • Store og små historier fra livets gang i klubben og afdelingerne, med og uden billeder • "Formanden har ordet" • Mindeord
Dag-til-dag koordinering	<p>Eksempler på "dag-til-dag" koordinering:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mødetid og holdopdelte ruter på cykelafdelingens tirsdagstræning • Tilmeldingen til årets serie af Cross-løb er nu åben • Huskeliste til gåpigernes 3-dagestur ud i den danske natur
Kalender	<p>Eksempler på kalender-informationer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Træning og ture (specifikke aktiviteter med tid, mødested m.v.) • Sæsonaktiviteter, klubture m.v. (eks. Lillebælt rundt, 3-dages vandretur på Gendarmerstien, Pølser og hygge i klubhuset, Nytårskur) • Stævner/arrangementer med ekstern deltagelse/tilmelding – også hvor vi deltager i andres stævner (ex. Crossløb, H.C. Andersen løbet og DAI vis os din hjemmebane) • Årshjul: Om indgangen til ovenstående skal være via et Årshjul eller det på anden vis kan samlet i et årshjul – pointen her, at der både skal være kalender-info ex. om ture og stævner, og et årshjul med et overblik på klub- og afdelingsniveau
Afdelingerne	<p>Eksempler på info om afdelingerne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Visitkort" (staminfo) om afd.bestyrelser, typer af aktiviteter og andre generelle info om de enkelte afdelinger • Specifikke aktiviteter (her beskrivelse/info) • Tilbud til nye medlemmer (afdelingsspecifikt) • Gallerier og andet godt "fra gemmerne" til at fortælle historier fra livet i afdelingerne
Klubben	<p>Eksempler på info om klubben:</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Visitkort" (staminfo) om bestyrelsen, typer af aktiviteter og andre generelle info om klubben • Generalforsamling, referater m.v. • Projekt nyt klubhus • Retningslinjer og politikker • Historisk information, værdigrundlag m.v. <p>Værktøjskasse til intern brug for frivillige:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Skabeloner, huskelister, kontaktpersoner, logo- og billedbank m.v. <p>Nye medlemmer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • (Om) Tilbud til nye medlemmer (generelt, på klubniveau – før og efter indmeldelse) • Indmeldelse (blanket)

	Sponsor: <ul style="list-style-type: none"> Som med nye medlemmer – blot henvendt til sponsorer og herunder sponsorat-typer osv.
Eksponering af sponsorer	Eksempler på eksponering af sponsorer <ul style="list-style-type: none"> Reklamer Omtale af sponsorer (berigelse af eksponeringen sponsorer opnår)
Stævner	Eksempler på info om egne stævner (med ekstern deltagelse): <ul style="list-style-type: none"> Praktisk info (tid, sted, betingelser for tilmelding m.v.) Tilmelding Resultatliste

Fordelingen af de enkelte typer indhold på de enkelte medier er indeholdt i nedenstående tabel.

Tabel 3: Fordeling af indhold på de enkelte medier

Emne	Hjemmesiden	Skismøren	Sociale medier	E-mail
Aktuel info	Aktuel info	Aktuel info	Aktuel info	Aktuel info*
Historier	Historier	Historier	Historier	
Koordinering			Koordinering	
Kalender	Kalender	Kalender		
Afdelinger	Afdelinger			
Klubben	Klubben			
Sponsorer	Sponsorer	Sponsorer		

Version	Dato	Bemærkning
Version 1	25. januar 2023	Godkendt på bestyrelsesmøde 1. februar 2023