

Kommunikasjonsstrategi

Revisjon 1.1

Navn	Rolle	Dato/Sign.
Geir Wangen	Leder, Olsvik IL	08.09.20
Oddvar Vabø	Nestleder, Olsvik IL	08.09.20

1 Innhold

1	INNHold	2
2.	REVISJONSHISTORIKK	3
2	BAKGRUNN	4
3	RELEVANTE KRAV OG RETNINGSLINJER	5
3.1	NFF KRAV:.....	5
3.2	DELING AV BILDER	5
4	KOMMUNIKASJON I OLSVIK IL	7
4.1	GENERELT OM KOMMUNIKASJON I KLUBBEN	7
4.2	HVEM SKAL VI KOMMUNISERE MED.....	7
4.3	KOMMUNIKASJONSKANALER	7
4.4	KOMMUNIKASJONSKART.....	8
4.5	KOMMUNIKASJONSVERKTØY SOM SKAL BRUKES PÅ LAGENE	9

2. Revisjonshistorikk

Revisjon	Beskrivelse
1.0 – 01.06.18	Utgitt for første gang
1.1 – 07.09.20	Implementere kommentarer ift. kvalitetsklubb 2 sertifisering

2 Bakgrunn

Denne kommunikasjonsstrategien ble først laget ifm. arbeidet med å løfte Olsvik IL opp på Kvalitetsklubb Nivå 2, der det å ha en slik strategi er ett av de nye kravene. Dette skal være et levende dokument som til enhver tid skal reflektere klubben og omgivelsenes retningslinjer. Dokumentet skal være tilgjengelig for alle klubbens medlemmer, på klubbens hjemmeside.

Vi lever i en tid med rivende utvikling på kommunikasjonsfronten. Det utvikles stadig nye plattformer å kommunisere på, og med dette følger et økende behov fra omgivelsene for å kontinuerlig være oppdatert. Dette gir både muligheter som skal gripes, og utfordringer som må løses. Det å mestre kommunikasjon og sosiale medier er nok en forutsetning for å lykkes som klubb i fremtiden – og det er viktig for organisasjonen vår å være dyktig på dette området.

En av utfordringene med å bruke alle disse kommunikasjonsverktøyene, er at de åpner opp for mye uoffisiell og dårlig kvalitetssikret kommunikasjon – som klubben ikke alltid kan stå inne for. Vi håper denne kommunikasjonsstrategien kan hjelpe til med å gi gode retningslinjer for dette, slik at vi oppleves som ryddig og koordinert. Disse retningslinjene skal følges.

Klubbens mål ved vår kommunikasjon er:

- Internt: Sikre at klubben i praksis drives slik retningslinjene sier og at medlemmene våre får den informasjonen de trenger.
- Eksternt: Bruke kommunikasjon for å løfte frem klubben i nærmiljøet, samt gjøre oss attraktive for samarbeidspartnere og nye medlemmer

3 Relevante krav og retningslinjer

3.1 NFF krav:

Kvalitetsklubb Nivå 2: En kommunikasjonsstrategi skal vise hvordan klubben kan bruke kommunikasjon for å nå sine mål over en tidsperiode og komme nærmere sin visjon.

<https://www.fotball.no/for-test/kvalitetsklubb/kvalitetsklubb-niva-2/#151347>

En kommunikasjonsstrategi består i hovedsak av tre elementer:

- Nå-situasjon: Et klart bilde av hvordan vi faktisk er i dag
- Ønsket situasjon: Et klart bilde av hva vi ønsker å være på et gitt tidspunkt i framtiden
- Strategiske valg: Tiltak for å komme fra nå-situasjon til ønsket situasjon

En kommunikasjonsstrategi skal med andre ord vise hvordan klubben kan bruke kommunikasjon for å nå sine mål over en tidsperiode og komme nærmere sin visjon. Da må vi bl.a. ta utgangspunkt i:

- Klubbens/gruppens misjon, visjon og overordnede mål
- Klubbens/gruppens oppgaver, tjenester produkter
- De individer, grupper, organisasjoner og virksomheter disse målene og oppgavene er rettet mot

3.2 Deling av bilder

<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1961-05-12-2?q=åndsverksloven>

<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2000-04-14-31?q=personopplysningsloven>

<http://www.fauske.vgs.no/elever-og-foresatte/elevens-sider/reservasjon-mot-publisering-av-bilder/>

Når du skal dele bilder eller film på nett, må du forholde deg til både personopplysningsloven og åndsverkloven. I tillegg bør du vurdere om det er etisk riktig å publisere bildene.

Hvis det oppstår en konflikt er det den som har publisert bildene eller filmen som må bevise at et frivillig, uttrykkelig og informert samtykke virkelig er gitt.

3.2.1 Portrettbilder

Skal du publisere portrettbilder på nett må du ha samtykke fra den eller de som er avbildet før bildet publiseres. Portrettbilder er bilder som viser en eller flere bestemte personer.

Klassebilder er også definert som portrettbilder siden det er personene som er hovedmotivet. Hvis en skole ønsker å publisere klassebilder på sine hjemmesider, kan dette bare gjøres dersom det er innhentet et godkjent samtykke fra alle på bildet, og fra deres foresatte dersom elevene er under 15 år.

Samtykke skal hentes inn før offentliggjøringen. Publiserer du familiebilder eller festbilder av omgangskretsen må du derfor ha samtykke fra alle som kan identifiseres på bildene. Dette gjelder selvsagt uansett om bildene publiseres på en hjemmeside, på en blogg, på sosiale medier eller andre nettsider.

3.2.2 Situasjonsbilder

Situasjonsbilder kan derimot offentliggjøres uten samtykke fra de avbildede så lenge bildene er harmløse og ikke på noen måte er krenkende for de som er avbildet. Situasjonsbilder kan defineres som bilder der selve situasjonen eller aktiviteten er det egentlige motivet i bildet. Akkurat hvem som er med på bildet er da mindre viktig enn hovedinnholdet i bildet. Eksempler på dette kan være en gruppe mennesker på en konsert, et idrettsarrangement, 17. mai-tog eller hendelser som har allmenn interesse.

Når det gjelder bilder av krenkende situasjoner eller mer spesielle anledninger, for eksempel der man ser ventende på et legekontor eller personer i et badeanlegg eller på en strand, bør disse normalt ikke publiseres på Internett uten samtykke.

3.2.3 Video

TBA

Vi kommer til å ta mye video nå. Hva har vi lov til å bruke dette til? Skriv noe om dette.

4 Kommunikasjon i Olsvik IL

4.1 Generelt om kommunikasjon i klubben

All informasjon ut på klubbens offisielle åpne sosiale medier skal gå gjennom utvalgslederne og via Webansvarlig. All informasjon ut på lagets lukkede medier skal gå via laglederne.

Norsk lov mht. deling av bilder må forstås og følges.

Utvalgslederne skal være medlem i alle lukkede grupper som er i bruk ifm. idrettslagets aktivitet. Ingen utenforstående uten tilknytning til laget skal ha tilgang der.

Webansvarlig skal være administrator for de åpne sosiale mediene

Laglederne skal være administrator for lagenes lukkede sosiale medier

4.2 Hvem skal vi kommunisere med.

Klubben har behov for å kommunisere i mange retninger. Eksempler under:

- Foreldre
- Spillere
- Frivillige (trenere, ledere)
- NFF
- Andre klubber
- Omgivelsene ellers
- Sponsorere
- Medier
- Etc.

4.3 Kommunikasjonskanaler

Det er mange muligheter å kommunisere på. Den senere tiden har det kommet mange fine digitale verktøy, som forenkler kommunikasjonen betydelig. Det er viktig å huske på at ikke alle er fortrolige med de digitale verktøyene, og da ønsker klubben at det legges til rette for at informasjonen når frem til alle som trenger den.

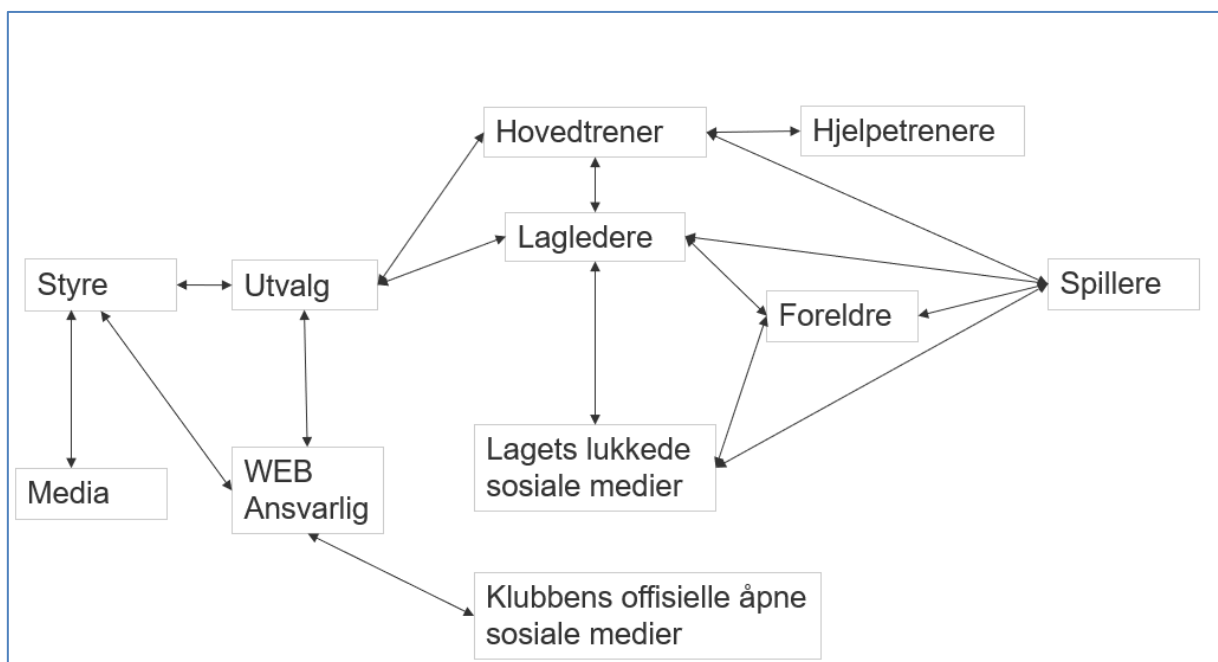
Eksempler på mulig verktøy for kommunikasjon under:

- Mail
- Hjemmesiden
- Telefon
- Spond
- Møter
- S2S treningsøkta

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Brev
- Skilt & plakater
- Samtaler
- Verktøy for tilbakemeldinger
- Væremåte
- Personlig kontakt

For å unngå at alle lagene kommuniserer på forskjellige måter, så krever klubben at vi begrenser oss til noen felles verktøy, som beskrevet i kapittel 4.5.

4.4 Kommunikasjonskart



Figur 1: Kommunikasjonskart

4.4.1 Forklaring på kommunikasjonskartet

Styre: Kommuniserer via utvalgslederne nedover i organisasjonen. Kan legge ut info på åpne sosiale medier direkte, via Webansvarlig.

Alle henvendelser fra eksterne aktører og media skal også gå via styret, og ekstern kommunikasjon utføres av Styreleder – etter forankring i Styret. Kun styret i fellesskap har myndighet til å kommunisere på Olsvik IL sine vegne.

Utvalg: Kommuniserer med hovedtrener og lagledere. Det som skal legges ut på åpne sosiale medier skal gå via Webansvarlig

Webansvarlig: skal kun legge ut saker mottatt fra styreleder og utvalgsledere.

Hovedtrener: skal være en link mellom hjelpetrener, spillere, foreldre og utvalgene. Skal også kommunisere saker som skal ut på lagenes lukkede sosiale medier til lagleder, som er ansvarlig for å legge ut.

Hjelpetrener: Kommuniserer bare med hovedtrener, og henviser eventuelle spørsmål den veien. Har ingen koordinerende rolle rundt laget.

Lagleder: Sentral rolle i kommunikasjonen rundt laget, både oppover til utvalgene og nedover til foreldre og spillere. Det er særdeles viktig å ha en god dialog med Hovedtrener rundt lagets sportslige aktiviteter.

Foreldre: Før spillerne har egne kommunikasjonsmuligheter, fungerer foreldrene som bindeleddet mellom spiller og lagleder. Forelder trener ikke å ha direkte dialog med trenerapparatet, info skal gå via lagleder.

Spillere: Kommuniserer med både foreldre, hovedtrener, lagleder og direkte i sosiale medier. Særdeles viktig at kommunikasjonen er iht. norsk lov, når det gjelder publisering av bilder etc. Vi ser en del utfordringer rundt dette.

4.5 Kommunikasjonsverktøy som skal brukes på lagene

Andre kommunikasjonsverktøy enn de som er nevnt under skal ikke brukes rundt lagene. Det er et krav at personer i klubbens styre skal ha administratorrettigheter i alle gruppene som finnes.

4.5.1 Spond

Olsvik IL bruker SPOND som verktøy for medlemsregister og dermed innkreving av medlemskontingent.

Alle lag skal opprettes under «Olsvik paraplyen». Det betyr at ingen skal opprette egne SPOND-grupper for hele eller deler av et lag. Hvis et lag ønsker å opprette en ny SPOND-gruppe skal dette avklares med medlemsansvarlig først.

Send mail til medlem@olsvikil.no

Alle lag i klubben skal bruke appen Spond. Dette er også klubbens medlemsregister, så det svært viktig at alle spillere/trenere/lagledere legges inn.

Betaling av medlemskontingent skjer også vi SPOND-appen, med kredittkort.

Gruppenavn skal være på formen: «Olsvik IL J2016»

De kommuniseres med via Facebook. Foreldrene skal være lagt inn i Spond frem til spillerne er 13 år, frivillig å ha foreldrene der etter det.

4.5.2 Facebook

Alle lagene skal ha sin egen Facebook gruppe, der kommunikasjonen med foreldrene foregår. Det skal bare være en Facebook gruppe pr. lag, der alle ser all kommunikasjon rundt laget.

Gruppenavn skal være på formen: «Olsvik IL J2016»

Facebookgruppen skal opprettes av Webansvarlig i klubben, og være klar når lagene startes opp som microer. Klubbens Webansvarlig skal være administrator av denne gruppen, sammen med lagets lagleder.

Link til Facebookgruppen skal ligge på Olsvik IL sin hjemmeside, under laginfo.

Rutinen er at man oppretter den som en åpen gruppe, for at det skal være enkelt å finne den i starten. Så skal den endres til en lukket gruppe når alle medlemmene på laget har blitt med i den. Dette bør skje ila. den første måneden. Webansvarlig må påse at dette skjer.