



Kommunikationspolitik for Skovshoved Roklub

(Dette udkast er opdelt i to former: første, hvor midler refererer til relevante mål f.eks. A1 (2 første sider) og den anden, hvor det enkelte middel står ud for hvert mål for et visuelt overblik).

A. Intern kommunikation

Målene for den interne kommunikation i klubben er:

1. At sørge for, at medlemmerne er orienterede om bestyrelsens løbende arbejde, samt om vigtige forhold i sportens organisationer, lokalområdet og i klubben, som kan have betydning for klubbens og den enkelte roers situation.
2. At sikre, at der sker en effektiv kommunikation til medlemmerne omkring ro-, uddannelses- og øvrige aktiviteter i klubben og disses afvikling, således at medlemmerne i god tid er informeret om hvornår, hvordan og under hvilke betingelser aktiviteterne afholdes.
3. At skabe et fundament for kommunikation mellem medlemmerne til fremme af roaktiviteterne og medlemmernes integration i klubben.
4. At sikre, at der sker erfaringsopsamling og kommunikation til medlemmerne omkring afholdte aktiviteter, og bevaring for eftertiden af fortællinger om klubbens aktiviteter og medlemmer.
5. At sørge for, at klubbens og dens enkelte medlemmers eller grupper af medlemmers succeser af sportslig og anden art fejres og kommunikeres internt i klubben.
6. At sikre, at ledelsen er bevidst om, hvordan medlemmerne trives og deres behov udvikler sig.

B. Ekstern kommunikation

Målene for den eksterne kommunikation fra klubben er:

1. At sørge for konstant at understøtte klubbens varemærke/brand i lokalområdet og lejlighedsvis i den nationale presse.
2. At kommunikere klubbens sportslige og andre succeser overfor omverdenen i almindelighed og særlige interessenter i særdeleshed.
3. At påvirke den sportslige udvikling indenfor ro- og kajaksporten.
4. At understøtte rekruttering af nye medlemmer.
5. At påvirke udviklingen i lokalområdet omkring forhold, som har betydning for klubben og dens aktiviteter.

Midlerne til gennemførelse af vil løbende skulle udvikles, men er for tiden følgende (ved hvert middel er i parentes angivet hvilke(t) mål midlet knytter sig til):



1. En tidssvarende hjemmeside, der beskriver klubben, dens aktiviteter, ledelse og struktur, vigtige begivenheder m.v. (A1; A2;A5; B1;B2;B4).
2. Månedligt nyhedsbrev pr email til alle medlemmer om generelle forhold udover aktiviteterne. (A1;A5)
3. Nyhedsbreve for hver aktivitet pr. email til medlemmer der ønsker at modtage disse. (A2;A3).
4. Facebook grupper (tekst tilføjes)(A2;A3;B2;B4)
5. En opslagstavle i klubbens lokaler, opdelt pr. aktivitet samt en generel del til bestyrelsens meddelelser, som vedligeholdes således, at ikke-aktuel information nedtages og arkiveres efter en vedtagen fremgangsmåde.(A1;A2;A4;A5)
6. Et medlemsblad, som udkommer mindst to gange årligt, på tryk og elektronisk på hjemmesiden, med fokus på afholdte aktiviteter.(A3;A4;A5;B1;B2;B3;B4)
7. Løbende fremsendelse af artikler til lokalpressen, typisk pr. aktivitet, om især sportslige forhold.(B1;B2;B4;B5)
8. Et sponsorudvalg, som bl.a. sørger for, at de ydelser, som klubben og dens enkelte medlemmer leverer i henhold til sponsoraftaler, understøtter og ikke modarbejder klubbens varemærke/brand.(B1;B2;)
9. Et udvalg af officielt klubrotøj, som er overordnet ens for alle aktiviteter, men hvor tilhørsforhold til den enkelte aktivitet kan markeres.(A3;B1;B4)
10. Trykte brochurer til uddeling til særlige interessentgrupper.(B1;B4)
11. At der løbende indsamles information gennem medlemsanalyser, direkte "øje-til-øje" præsentationer og workshops, under instruktionsforløb og andre aktiviteter, som egner sig til at samle information om behov og trivsel (A6)