

FSG - Kommunikationsplan 2023

FSG vill stärka kommunikationen både till medlemmar och intressenter samt den interna kommunikationen. Största delen av kommunikationen sker idag digitalt, men även fysiska träffar och mer traditionella medel används vid behov. Styrelsen och sektionerna ska under året fokusera på att nå ut till alla sina medlemmar och till media för att få mera spridning och informera vad som händer i den finlandssvenska gymnastikvärlden.

Styrelsens och personalens uppgift är att sköta den interna kommunikationen, se till att både sektioner och medlemmar vet om hur kommunikationen sköts och vems ansvar det ligger på. Nedan är listat vilka medel som används, vilka kanaler och tidpunkter som är viktiga att tänka på.

- Den viktigaste kanalen att hålla uppdaterad och fylld med all information är förbundets hemsida www.fsg.idrott.fi.
- Möteskallelser skickas ut per e-post till berörda. Styrelsens material laddas upp på styrelsens gemensamma drive-mapp. Där finns samtliga möteshandlingar, föredragningslistor och protokoll.
- Hemsidan ska hållas uppdaterad med information och material som förbundets medlemmar kan använda sig av. På sidan finns kontaktuppgifter till styrelsen och sektionerna, samt länkar till medlemsföreningarna.
- För att sprida mer information om evenemang, nyheter och publikationer används i första hand Facebook, som sköts av personalen och en del av styrelsens medlemmar. Information, nyhetsartiklar och evenemang uppdateras regelbundet. Sektionerna får utse en kommunikationsansvarig som också kan bli redaktör på Facebook sidan.
- På Instagram delas bilder och information om evenemang och nyheter. Sektionerna kan gemensamt uppdatera kontot @fsgymnastik. För FSG festivalen används kontot @fsgfestival. Det rekommenderas att använda t.ex. Instastory och Instalive vid evenemang och tillställningar och sedan uppdatera flödet med passande bilder/videoklipp. En allmän hashtag att använda är #FSGymnastik.
- Förbundet har en YouTube-kanal som kan användas för att dela videoklipp inför evenemang, t.ex. vid instruktion av program.
- Andra sociala medier som kunde användas är LinkedIn, Twitter, TikTok för att nå ut till en större målgrupp och att möta medlemmar på andra plattformar.

- Nyhetsbrev sänds ut till medlemsföreningar minst två gånger i året (oftast fyra gånger) per e-post till föreningarnas kontaktpersoner.
- Vid evenemang, tävlingar, kurser och träffar är FSG logon synlig så deltagare genast kan relatera till förbundet. Både fysiskt och digitalt.
- FSG produkter finns tillgängliga och kan säljas eller delas ut vid olika av förbundet arrangerade evenemang. Dessa fungerar som marknadsföring för förbundet samtidigt som det kan hjälpa till att skapa en gemenskaps- och tillhörighetskänsla.
- Förbundet arrangerar träffar för medlemsföreningar för att dela tankar, samla åsikter och tillsammans kunna utveckla verksamheten. Målet är att ordna minst en träff i året med varierade teman.
- FSG:s sektioner och styrelsen puffar lokala föreningar att aktivt ha kontakt med lokala och nationella nyhetsmedier gällande evenemang och tävlingar.

Målsättning

Målet för 2023 är att den finlandssvenska gymnastiken skall synas mer i både media och vardagen, samt att medlemmar ska kunna känna gemenskap och veta att de hör till FSG.

Som mätare har vi både statistik på sociala medier, deltagarantal på evenemang och tillställningar samt synlighet i media. I slutet av året går styrelsen gå igenom kommunikationsplanen och kan vid behov lägga till instruktioner och ansvarsuppgifter.

Ansvarsfördelning

Förbundets personal sköter uppdateringen och informationen på hemsidan. Från styrelsen är Ida-Marie Jungell ansvarig för sociala medier.

Personalen håller kontakten med medlemmar och kan från dem få både material och länkar som kan delas, samt sprida information om evenemang och nyheter.