



Kommunikasjonsstrategi for Lørenskog håndballklubb

Dette dokumentet beskriver hvordan LHK skal prioritere informasjon vi ønsker å formidle. LHK vil også innledningsvis informere om at vi i alle sammenhenger må respektere gjeldende lovverk knyttet til personvern/GDPR.

Å utvikle en kommunikasjonsstrategi er en prosess som består av tre hovedelementer;

1. Hva og hvordan kommuniserer vi i dag?
2. Hva og hvordan ønsker vi å kommunisere?
3. Hvilke kanaler må vi benytte for å nå ut med det vi ønsker å kommunisere?

1. Situasjon – klubbens kommunikasjon i dag

LHK har per i dag 1 hovedkanal for sin kommunikasjon gjennom eksisterende hjemmeside. I tillegg benyttes Facebook som en kanal for å formidle relevant informasjon.

2. Mål – hva og hvordan ønsker vi å kommunisere?

LHK ønsker å holde sine utøvere, trenere og foreldre oppdaterte på klubbens aktiviteter, men med spesielt fokus på overordnet informasjon som alle behøver.

Målgrupper (hvem skal informeres?)

LHKs viktigste målgruppe for kommunikasjon er:

- a. Medlemmer
 - i. Utøver
 - ii. Trener
 - iii. Støtte apparat
 - iv. Foreldre
 - v. Tillitsvalgte (leder og styre)
 - vi. Grupper
- b. Sponsorer (eksisterende og potensielle)
- c. Idrettskretsen
- d. Særkretser og region
- e. Andre idrettslag
- f. Idrettsrådet
- g. "ikke medlemmer"

3. Kommunikasjonskanaler (hvordan skal det informeres?)

Hovedkanaler er www.lorenskoghk.no og Facebook.

I tillegg benytter de fleste av lagene Spond som sitt kommunikasjonsverktøy.

3.1 Muntlige

- **Møter**
 - Årsmøte
 - Foreldremøte: Brukes for å samle foreldrene i idrettslaget og kan for eksempel arrangeres i forbindelse med sesongstarten. Dette er en fin arena for å engasjere foreldre til ulike verv i idrettslaget samt gi foreldrene en bedre forståelse for idrettslagets visjon, verdier og virksomhetside.
 - Medlemsmøter: Arrangeres når idrettslaget har behov for å formidle og/eller diskutere viktige saker som påvirker medlemmene. For eksempel temadiskusjon, informasjonsmøter etc.).
- **Telefon**
 - Særlig til bruk ved planlegging og organisering og ellers når det er behov for å gi raske beskjeder som krever umiddelbar bekreftelse eller tilbakemelding.
- **Samtaler mellom enkeltpersoner**

3.2 Skriftlige

- **Brev**

- Brevveksling benyttes når det er krav om skriftlig underskrift på dokument, eller ved særlige tilfeller hvor det anses som hensiktsmessig. All annen brevveksling bør foregå elektronisk.

- **Informasjonsmateriell**

- Årsberetning: Primært elektronisk versjon, men kan vurderes som papirformat.
- Flyers og brosjyrer: Kan vurderes benyttet i idrettslagets nærmiljø for å synliggjøre lagets logo i tillegg til verdier og visjon.

- **Aviser/blader**

- Idrettslaget kan benytte seg av slike kanaler ved store enkeltsaker med høy viktighet for idrettslaget.

3.3 Elektroniske

- **E-post**

- Saksbehandling: Ved saksbehandling kan e-post brukes som en effektiv kommunikasjonskanal.
- Nyhetsbrev: Elektronisk nyhetsbrev kan benyttes når medlemsinformasjon skal hurtig ut til medlemsmassen. Nyhetsbrevet bør primært publiseres på idrettslagets hjemmeside.

- **Hjemmeside**

- Hjemmesiden kan brukes til å samle all informasjon om idrettslaget og fungerer som en database hvor en kan hente ut viktig informasjon som kunngjøringer, klubbhåndbok, kampoppsett og liknende.
- Hjemmesiden kan også brukes som en god rekrutteringsplattform gjennom å informere nye brukere om idrettslagets aktivitetstilbud, visjon, verdier og virksomhetside, kontaklinformasjon og lignende.

- **Mobil**

- Mobilbruk benyttes først og fremst mellom medlemmene i idrettslaget ved planlegging og organisering av aktivitet.
- Sms: Benyttet blant utvalgte grupper medlemmer som har behov for rask beskjed. For eksempel ved påminnelse om møter, aktiviteter og lignende.

- **Sosiale medier**

- Facebook
- Et idrettslag kan være aktivt på flere sosiale medium, men det stilles krav til oppfølging for at det skal fungere som en god informasjons og kommunikasjonskanal.
- Kan benyttes til å markedsføre aktiviteten i idrettslaget og poste viktige nyhetssaker.
- Medlemmer kan poste bilder fra idrettslagets arrangement.
- LHK ønsker ikke å bruke sosiale medier som diskusjonsforum da dette krever høy oppmerksomhet og potensielt kan utvikle debatter som har en negativ innvirkning på idrettslagets omdømme.

NB! For alle digitale flater der man publiserer bildemateriale er det viktig at man gjør nødvendige avklaringer/samtykker med involverte i henhold til personvernlovgivningen.