



Communicatieplan

SALVORA

VOLLEYBAL RAALTE

Datum : 25 februari 2015

Versie : 1.0

Status : definitief

Auteurs: Annemarie Eijsvogels & Henriët Tusveld



INHOUD

Inleiding

Algemeen

Taken en Verantwoordelijkheden

Huisstijl

Public Relations en Media

Communicatie: intern en extern

Digitale informatie en Social Media

Inleiding

Voor u ligt het communicatieplan van volleybalvereniging Salvora uit Raalte.

De opdracht:

Het bestuur Salvora is samen met Werkgroep “Toekomst Salvora” begonnen aan het opnieuw neerzetten en inrichten van de organisatie. Een heldere gestructureerde interne en externe communicatie is onlosmakelijk verbonden met het functioneren van een organisatie.

Opdracht aan de communicatiecommissie is het maken van en uitvoering geven aan een communicatie-activiteitenplan dat voorziet in het juist, tijdig en efficiënt informeren van alle leden en ouders en alle andere belanghebbenden van volleybalvereniging Salvora.

Doelstelling:

Adequate informatievoorziening aan alle interne en externe betrokkenen bij Salvora teneinde hen:

- goed te informeren;
- betrokkenheid te stimuleren;
- de mogelijkheid te geven om vragen te stellen en antwoorden te ontvangen over inhoud en voortgang ontwikkeling en functioneren van de vereniging.

Procedure:

De communicatiecommissie inventariseert de huidige communicatielijnen, communicatiemiddelen en communicatiebehoefte. Na analysering van de bestaande situatie en eventuele knelpunten is een communicatieplan opgesteld dat dient als overzicht van de (gewenste) communicatiestructuur en communicatielijnen met bijbehorende taken en verantwoordelijkheden.

Het communicatieplan wordt besproken in de bestuursvergadering.

Het bestuur stelt het communicatieplan vast.

Algemeen

Communicatie:

Alle sportverenigingen doen aan communicatie. Denk aan het aankondigen van wedstrijden, het werven van leden, het doorgeven van de wedstrijdverslagen aan de lokale media etc.

Heldere en duidelijke communicatie kan het ontstaan van allerlei kleine irritaties of problemen, binnen een vereniging en daarbuiten, voorkomen.

Dit document heeft als doel om alle communicatielijnen zodanig op elkaar af te stemmen zodat het voor iedereen (bestuur, commissieleden, leden, recreanten en niet leden, sponsors, externe (samenwerkings)partners e.d.), duidelijk is wie welke taken en verantwoordelijkheden heeft, hoe de communicatielijnen lopen binnen de vereniging en naar buiten toe maar bovendien waar informatie gehaald kan worden. Kortom het verbeteren van de interne en externe communicatie binnen en door de vereniging en vergroten van de bekendheid van de vereniging middels PR-activiteiten.

De communicatietaken zijn:

- Public relations en media: Hoe gaan we de vereniging presenteren, promoten en op een positieve manier onder de aandacht te brengen en hoe en wanneer benaderen we de pers.
- Interne communicatie: Informatie verzamelen, bundelen en versterken.
- Externe communicatie: Communicatie met bijvoorbeeld gemeente, Sportbedrijf, andere verenigingen e.d.
- Digitale informatie: Herinrichting en beheer/en of aansturen website.
- Social Media: Beheer en/of aansturen Twitter en Facebook.

Bovenstaande onderwerpen worden in dit document verder uitgewerkt.

Richtlijnen:

Er zijn vele definities voor communicatie. Communicatie is een complex onderwerp. Het is immers meer dan praten. Het is vooral ook praten met en niet praten over...

Het bestuur ziet Salvora als een professionele maar gezellige vereniging, waar iedereen welkom is en zich thuis voelt. Daarbij gaat het om een open communicatie waarin respect, waardering en feedback vrijelijk geuit kan worden.

Binnen onze volleybalvereniging wemelt het van de communicatiemomenten. Het risico op miscommunicatie (de boodschap komt niet aan, de boodschap wordt niet of verkeerd begrepen) is groot. Zorgvuldig communiceren is heel belangrijk. Dat geldt ook voor bijvoorbeeld het woordgebruik op de website en in e-mail. Bij Salvora hanteren we een communicatiestijl die positief, informerend en enthousiasmerend is. In toenemende mate verloopt communicatie digitaal en via sociale media. Ook binnen Salvora merken we dat vooral veel via digitale media wordt gecommuniceerd. Daarbij geldt het volgende principe: via de mail alleen gerichte (praktische) informatie: uitnodigingen, wedstrijd tijden, indelingen, schorsingen, enz. Bedenk daarbij ook vooraf wie je via cc wilt informeren.

Als er persoonlijke zaken moeten worden besproken: nooit via de digitale media maar altijd in een gesprek!

Verantwoordelijkheid:

De eindverantwoordelijkheid ligt bij het bestuur. Het bestuur stelt het communicatieplan vast en ziet toe op de uitvoering ervan. De voorzitter heeft communicatie in zijn/haar portefeuille en is verantwoordelijk voor het tot stand komen en up-to-date houden van het communicatieplan. Elk bestuurslid ziet erop toe dat de leden uitvoering geven aan het communicatieplan.

De communicatie commissie is verantwoordelijk voor de uitvoering van het communicatieplan. Zij spelen een sleutelrol in het geheel. Zij verzorgen de informatievoorziening in zowel verticale als horizontale richting. De leden van de communicatie commissie zijn naast het bestuur, de TC en de trainer / coaches de ambassadeurs van Salvora, zij vertolken het beleid naar interne partners (o.a. leden, ouders en bezoekers) en zijn ook vaak het gezicht naar andere volleybalverenigingen.

Alle leden, ouders en bezoekers zijn medeverantwoordelijk voor een goede informatie-uitwisseling. Van hen wordt verwacht dat zij relevante informatie tot zich nemen dan wel doorgeven aan de juiste personen. Communicatie is informatie-uitwisseling: het gaat niet alleen over informatie halen, maar ook over informatie brengen. Goed geïnformeerd zijn impliceert een actieve houding richting diverse informatiebronnen.

Taken en verantwoordelijkheden

De organisatie van Volleybalvereniging Salvora.

Voor organigram en uitgebreide omschrijving van taken en verantwoordelijkheden zie “Taakinhoud Detailinstructies Organigram Documentenoverzichten alle functionarissen Salvora” conceptversie 0.1. d.d. 4-2-2014.

Huisstijl

De huisstijl is de identiteit van Salvora. Het gaat daarbij zowel om de visuele zaken (design) als om de communicatie en het gedrag van de leden. De huisstijl is de herkenbaarheid van Salvora naar de buitenwereld. Onderstaand staat per type aangegeven hoe de standaard huisstijl er uit ziet en waar bij zowel de in- als externe communicatie rekening gehouden dient te worden

Logo:

Het beeldmerk van Salvora in logo en banner:



De positie van het logo op een (nieuws)brief, memo, vergaderverslag e.d. is altijd rechtsboven in de header van de pagina.

Ondertekening brief en e-mail:

De ondertekening van een brief en e-mail:

Met vriendelijke groet,
 {voornaam achternaam}
 {functie / rol} Salvora



www.salvora.nl

Public Relations en media

Public Relations behelst o.a. de presentatie, de promotie en het op een positieve manier onder de aandacht brengen van onze vereniging. PR activiteiten kunnen (in)direct invloed hebben op de sponsoractiviteiten van onze vereniging, maar ook in samenwerking met de activiteiten commissie worden geïnitieerd. Daarom zal er nauw contact zijn met de sponsorcommissie en de activiteitencommissie als het gaat om de uitvoering van PR beleid en activiteiten.

Om Salvora te promoten zal er op geschikte momenten contact worden gezocht met de lokale en regionale pers. Zulke momenten zijn bijvoorbeeld:

- Kampioenschappen;
- Belangrijke wedstrijden;
- Activiteiten van buiten af zoals bijvoorbeeld de Landstededag;
- Clinic's;
- Ledenwerving;
- Bestuurswisselingen;
- Speciale acties, bijv. gehaktballen, rookworsten, kerstbroden, e.d.;
- Contacten andere verenigingen;
- Gemeente;
- Ontwikkelingen bouwproject "Nieuw Tijenraan";
- Enz.

Communicatie: intern en extern

Om de interne en externe communicatie binnen en voor onze vereniging te verbeteren zal de communicatie commissie zoveel als mogelijk en noodzakelijk is:

- informatie verzamelen bij het bestuur, de commissies en de leden;
- informatie bundelen in een nieuwsbrief, folder of een ander communicatiemiddel;
- informatie verstrekken verspreiden onder de doelgroep.

In dit hoofdstuk worden de achterliggende doelstellingen zichtbaar gemaakt. Immers niet voor alle doelgroepen is dezelfde informatie van belang. Zo moeten alle doelgroepen binnen Salvora goed, open en eerlijk geïnformeerd zijn over wat er binnen de club speelt, welke activiteiten (gaan) plaatsvinden en wat van mensen wordt verwacht c.q. wat men van de club mag verwachten. Daarnaast moeten actieve leden en ouders direct toegang hebben tot alle relevante informatie met betrekking tot het volleybal binnen Salvora. Het verkrijgen van informatie over de aanvangstijden van wedstrijden en trainingen is hiervan een goed voorbeeld.

Interne communicatie

Welke doelgroepen zijn er:

- Bestuur,
- Technische Commissie,
- Trainers,
- Leden: dames, heren, jeugd, mini's en recreanten,
- Ouders / verzorgers van minderjarige leden,
- Overige commissies,
- Bezoekers.

Welke middelen zijn er:

- Jaarlijkse Algemene Ledenvergadering (ALV),
- Bestuurs / commissievergaderingen,
- Informatiepakket "welkom bij Salvora",
- Jaarkalender,
- Individuele gesprekken,
- Evaluatiebijeenkomsten,
- Spelersbijeenkomsten,
- Beleidsplan,
- Vergaderverslagen,
- Gedragscode,
- Sportlink,
- Reglementen,

- Mededelingenbord,
- Website,
- E-Mail, whatsapp en overige digitale media,
- Post,
- Nieuwsbrief (email).

Externe communicatie

Naast de interne communicatie is ook de communicatie naar externen van belang.

Wat willen we bereiken met de externe communicatie:

- Vergroten naamsbekendheid
- Sponsoring
- Contact en waar nodig samenwerking met andere verenigingen
- Goed en nauw contact met Gemeente, Provincie en het Sportbedrijf
- Nauwe relatie met de Nevobo

Welke doelgroepen zijn er:

- Sportbedrijf,
- Nevobo over competitiezaken,
- Andere volleybalverenigingen,
- Andere sportverenigingen,
- Gemeente Raalte,
- Sportsteunpunt provincie,
- Bedrijven (sponsoring),
- Sportliefhebbers in Raalte.

Welke middelen zijn er:

- Digitale media:
 - Website;
 - Mail;
 - Facebook;
 - Twitter;
- Traditionele media:
 - Krant (nationaal / regionaal / plaatselijk);
 - TV (nationale / regionale omroep);
- Beleidsplan;
- Gesprek / bijeenkomsten;
- Sponsorbrief.

**Voor alle communicatie geldt dat:**

1. Berichtgeving voor op de website. Deze loopt via of in overleg met de communicatiecommissie, zij zorgen voor eenduidig helder taalgebruik en plaatsing in het juiste format in de juiste rubriek. De aanvrager levert daarvoor de kopij kant-en-klaar aan met daarbij de vermelding per wanneer (datum / tijd) het bericht op de website mag komen.
2. Contacten met de pers. Die worden via de communicatiecommissie geïnitieerd en artikelen door een journalist geschreven worden voor publicatie door de communicatie commissie beoordeeld en gecontroleerd. Daarnaast zal actief de berichtgeving in pers en sociale media over Salvora gevolgd worden.
3. De communicatie commissie redigeert teksten voor plaatsing en of publicatie. De inhoud wordt gecontroleerd of deze passend is binnen de huisstijl, de visie en het beleid van Salvora.
4. Facebook en Twitter worden beheerd door verschillende leden.
5. Ook ten behoeve van sponsoren zal een actief nieuwsbeleid worden ingezet.

Digitale informatie en Social Media

Het bestuur heeft er voor gekozen om de website (www.salvora.nl) als eerste en belangrijkste communicatiemedium in te zetten. Afgeleid daarvan geldt dat het bestuur of een commissie via mail nieuwsbrieven kan verzenden en gerichte mededelingen over belangrijke praktische zaken (onderwerpen als contributie, trainers, teamindelingen, wedstrijden, etc.) kan doen.

Ook de Nevobo voert de digitalisering steeds verder door. Volleybalverenigingen zijn verplicht om via het digitale programma Sportlink (een deel van) de administratie te voeren.

Ledenadministratie maar ook de wedstrijdadministratie en zelfs de strafzaken worden via Sportlink gecommuniceerd.

Alle spelende leden van Salvora zijn lid van de Nevobo. Het bestuur streeft er naar behalve alle volleyballende leden ook alle andere leden in Sportlink in te voeren. Dat levert een goed bruikbaar naslagwerk op voor de club. Via Sportlink krijgen alle leden een Nevobo registratienummer. Met dat registratienummer wordt het mogelijk om op de site van de Nevobo belangrijke informatie te raadplegen. Bijvoorbeeld informatie over het wedstrijdprogramma. Daar ligt dan een eerste verantwoordelijkheid bij de leden zelf. Op de achtergrond zal het bestuur van Salvora er naar streven, via de wedstrijdsecretaris, alle spelers tijdig op de hoogte (kunnen) zijn over (wijzigingen in) het wedstrijdprogramma.

De website van Salvora verstrekt de volgende informatie:

- Info over de vereniging, denk aan bestuur, missie en visie, enz..;
- Teamindelingen, wedstrijd informatie, uitslagen en standen;
- Info over het lidmaatschap;
- Diverse aanvraag- en wijzigingsformulieren;
- Sponsors;
- Aankondiging van evenementen
- Laatste nieuws

De website wordt door de websitebeheerder in samenwerking met de communicatie commissie beheerd. Dit houdt in dat alle op de site te plaatsen berichten bij de communicatie commissie worden aangeleverd en dat zij voor plaatsing daarvan zorgen. Dat kan via de mail aan communicatie@salvora.nl.

Sociale Media

Op dit moment bestaan er een Facebook pagina en Twitter-account welke door initiatief van enkele leden tot stand zijn gekomen en worden bijgehouden. De communicatie commissie streeft er naar om de sociale media doelgericht in te zetten en vooral te gebruiken voor korte berichtgeving en als versterking of duiding van nieuwsberichten op de website of in de

(lokale) media. De digitale media zullen vooral worden ingezet om zowel intern als extern informatie over Salvora te verspreiden en het positief imago van Salvora te versterken.

Twitter

De inzet van Twitter is nog niet optimaal. Het twitteraccount van Salvora kent op dit moment 100 volgers en Salvora volgt zelf 21 andere accounts.

Dit behoeft nog duidelijk verbetering. Het streven is om meer twitteraccounts te volgen, m.n. accounts van volleybalverenigingen (in de regio, maar ook grote landelijke clubs) en andere volleybalgerelateerde accounts. Enkele voorbeelden: landelijk damesteam @volleybaldames, het landelijke herenteam @lange_Mannen, internationale volleybalfederatie @FIVBVolleyball, volleybal'ambassadeurs' zoals @PaterBlange (n.b. dit is niet de bekende "Peter" maar een persiflageaccount dat op ludieke wijze volleybalnieuws brengt), etc.

De tweets van Salvora worden beter vindbaar en worden vaker getoond als meer gebruik gemaakt wordt van hashtags (#). Ook het retweeten van andere volleybaltweets genereert meer verkeer richting het twitteraccount van Salvora en zal dan ook meer volgers opleveren.

Het volgen van en tweeten met regionale collegateams zal de onderlinge banden versterken en volleybal in het algemeen in de regio promoten.

Leden van Salvora met een twitteraccount worden aangemoedigd om met enige regelmaat te tweeten naar @salvoraraalte.

Facebook

De Facebookpagina wordt beheerd door Suzan Tutert en de leden van de communicatiecommissie zijn ook gemachtigd om de pagina te beheren.

De FB-pagina wordt vooral gebruikt voor berichtgeving omtrent aankondiging en korte verslaglegging van de wedstrijden en speciale activiteiten. De FB-pagina biedt vooral ook de mogelijkheid om foto's van de teams en de wedstrijden te plaatsen.

Geplaatste berichten worden getoond aan FB-leden die de Salvorapagina hebben "geliked", dat zijn er 157 (februari 2015). Merendeel is lid van de vereniging zelf de geplaatste berichten zijn dan ook vooral gericht aan en interessant voor de Salvoraleden.