



Kommunikasjonsstrategi

LANGRENN VÅRMØTE 2019

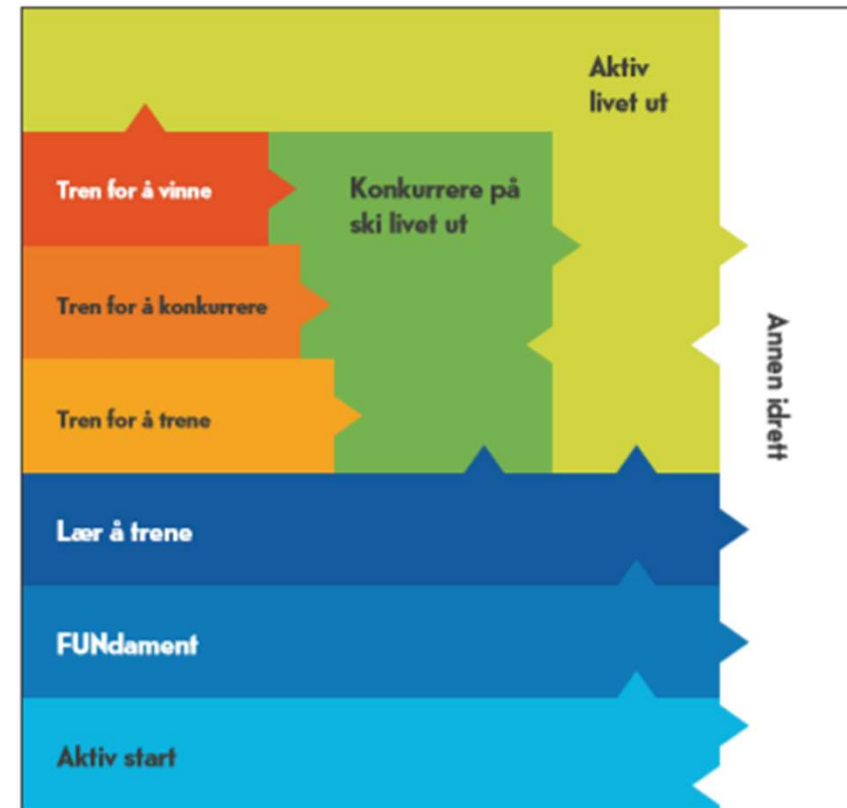
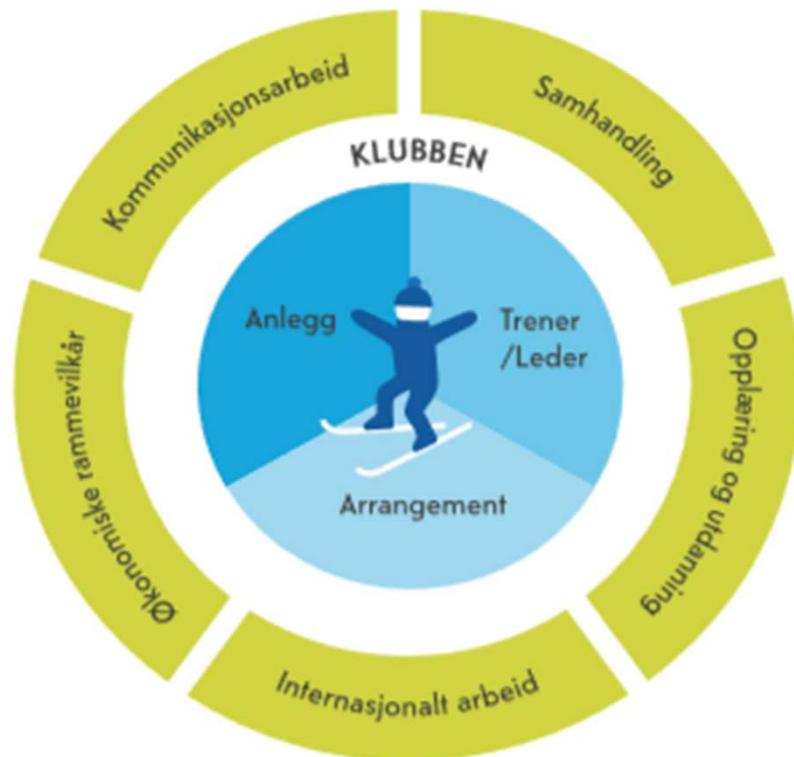
Bjørg Sissel Kvannli, Langrennskomiteen & Gro Eide Medieansvarlig Langrenn

Agenda

- Langrennskomiteens strategiske satsingsområder
- Kommunikasjonsarbeidet i Norges Skiforbund Langrenn
- Forventningsavklaring skikretsene
- Presentasjon/dialog
- Oppsummering, veien videre



Skiforbundets utviklingsmodell (SUM)



Langrennskomiteens strategiske satsingsområder

- Medlemsmasse
- Økonomisk modell
- **Kommunikasjon**
- Landslagsmodellen



Mål – Kommunikasjon Skiforbundet

- Merkevare og omdømme skal styrkes gjennom åpen og ærlig kommunikasjon, og være preget av tillit og sunne verdier

Mål - Kommunikasjon Langrenn

- Utvikle og sikre gode kommunikasjonsrutiner internt og eksternt
- Helhetlig kommunikasjons- og beredskapsplan for bredde- og toppidrett
- Enkle handlingsplaner og gjennomføringsstrategier
- Bygge merkevaren – bevisstgjøre utøvere og støtteapparat – hvem vil vi være?

Kommunikasjonsstrategi - et verktøy

- Kommunikasjonsstrategien skal være et verktøy som bidrar til at Skiforbundet når sine overordnede mål.
- Kommunikasjonsstrategien er forankret i Skipolitisk dokument for å spre skiglede og bidra til stolte øyeblikk og økt aktivitet.
- Kommunikasjonen skal være **åpen, inkluderende, profesjonell og helhetlig**.
- Kommunikasjonen skal bidra til styrket omdømme og engasjement for å nå vårt mål om mange, gode og glade skiløpere.

PARAUTVALGET

- **HANDLINGSPLANER**
 - definere områder og rutiner som skal forbedres og utvikles
 - strategiske føringer, overordnede prioriteringer, ressurser til å gjennomføre tiltak



Intern kommunikasjon

- **Handlingsplaner utarbeides høst 2019, LK og administrasjon**
 - *Rutiner og struktur*
 - *Hvordan måle verdibasert ledelse og omdømme?*
 - *Questback*
 - *Digitale verktøy, prioriteringer*
 - *Effektive og forberedte kommunikasjonsarenaer og kanaler*
 - *Intranett, involvere hele landet*
 - *Opplæring, kompetanse*
 - *Avklare forventninger*
- **Tilbakemeldinger** og innspill fra kretsene skal være en del av arbeidet med handlingsplaner **#SKINORGE**

PARA - EKSTERN KOMMUNIKASJON OG SAMFUNNSKONTAKT

- Mål: Skiforbundet skal være en tydelig aktør gjennom å delta i debatt om barne- og ungdomsidretten, toppidretten, antidopingarbeid, anleggsutvikling, miljø- og klimautfordringer, folkehelse og integrering

TILTAK

- 1. Markedsføre Para Elite og bredde i sosiale kanaler
- Mål: Tydelige aktører i mediebildet

MERKEVARE OG OMDØMME

- Mål: Skiforbundets informasjons- og kommunikasjonsarbeid skal bidra til å sikre skiidrettens kommersielle potensial

TILTAK

- 1. Kommunikasjonsavdelingen må ha para-utøverne inkludert i sine planer og presentasjoner
- Mål: Skiforbundets grener skal bygge merkevare og omdømme gjennom utøvere, støtteapparat, tillitsvalgte, kompetanse og erfaring, og de gode historien



Kommunikasjonsstrategi NSF Langrenn

VERDIBASERT

All vår kommunikasjon skal være omforent og forankret i våre verdier.

FOLKELIG – INKLUDERENDE – OFFENSIV – ÆRLIG

Verdiene danner grunnlaget for beslutninger, kommunikasjon og adferd

Langrenns verdiplattform

Kommunikasjonsstrategien skal bidra til fokus på å utvikle og ivareta et positivt omdømme for norsk langrenn gjennom en verdibasert forankring i å være og fremstå:

Folkelig

- Raus, imøtekommende, tilstede og gode sammen

Inkluderende

- Åpen, inviterende, positiv og tilgjengelig

Offensiv

- Entusiastisk, proaktiv og målrettet

Ærlig

- Åpen, tydelig kommunikasjon, interne forhold diskuteres internt. Vi er lojale til beslutninger, snakker med, ikke om

Strategi - hvordan: OMFORENT

- "Snakke sammen" og gjøre det har blitt enige om!
- Ønsket etterlatt inntrykk - involvering og eierskap
- Kommunikasjonskart med tydelige roller og ansvar
- Mediestrategi
- Medieplan
- Talspersoner
- Målgrupper/kanaler



Langrenn - privilegert medieoppmerksomhet

All intern og ekstern kommunikasjon i NSFL skal være avtalt og avklart mellom de involverte parter med en omforent forståelse for etterlatt inntrykk.

Norges Skiforbund har landets største mediefokus innen idretten, et stort og krevende privilegie.



Kommunikasjonskart Skiforbundet



Møtestruktur

- Langrennskomitemøter
- Ledermøter
- Avdelingsmøter
- Teammøter
- Sportsteam møter
- Kommunikasjonsmøter
- Prosjekt møter
- Evalueringsmøter



Etterlatt inntrykk

- Medieplaner
- Medietreff
- Evalueringsmøter
- Pressekonferanser
- Medieforståelse
- SoMe
- Internkommunikasjon
- Proaktive saker
- Reaktive saker



Mediestrategi - Talspersoner

Alt vi kommuniserer skal være forankret i våre verdier:

FOLKELIG – INKLUDERENDE – OFFENSIV – ÆRLIG

Politisk: Langrennskomiteens leder Torbjørn Skogstad

Langrenn overordnet: Langrennssjef Espen Bjervig

Sport: Langrennssjef Espen Bjervig og/eller respektiv landslagstrener samt løpere på landslag

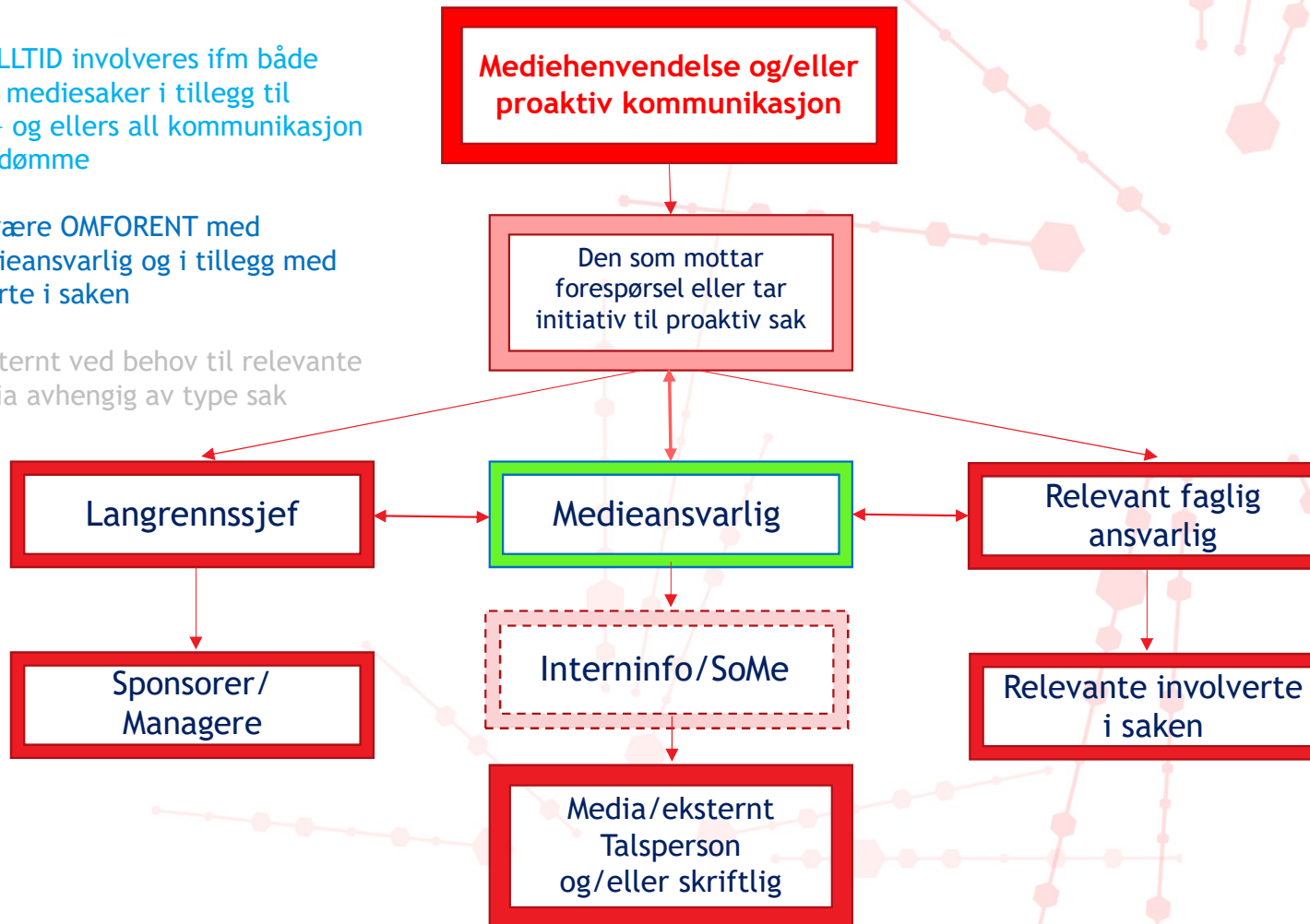
Marked: Langrennssjef Espen Bjervig

Helse: Medisinsk ansvarlig Øystein Andersen

Talspersoner knyttet til fagområder avklares ihht type sak. Gjelder både i LK og adm/sport.

Omforent handlingsplan: PROAKTIVT & REAKTIVT kommunikasjonskart

- Medieansvarlig skal ALLTID involveres ifm både reaktive og proaktive mediesaker i tillegg til relevante ansvarlige - og ellers all kommunikasjon som påvirker vårt omdømme
- All ekstern info skal være OMFORENT med langrennssjef og medieansvarlig og i tillegg med evt relevante involverte i saken
- Info kommuniseres internt ved behov til relevante før utsending til media avhengig av type sak



Hvordan skal vi lykkes?

- Verdibasert ledelse, signaleffekt, gode rollemodeller
- Utvikling av en kultur hvor vedtatte strategier og konkrete handlingsplaner **følges**
- Gode rutiner, felles forståelse og respekt for vedtatte kommunikasjonskart og kjørerregler

*«Idretten skal være et symbol på
åpenhet og ærlighet»*

- Nils Arne Eggen, legende



Hva har skikretsene/medlemsmassen behov for?

- Informasjon? Hvilken? Hvordan?
- Møteplasser?
- Digitale arenaer/verktøy?
- Involvering?
- Opplæring, kompetansetiltak
- Konsekvenser av mål/verdier, omforent hva betyr det i praksis?
- Holdninger-handlinger?
- Kulturarbeid
- Pro-aktivt arbeid, sosiale medier, hjemmeside

Gruppeoppgaver - fire i hver gruppe på tvers av krets

Forventinger til kommunikasjon i Skiforbundet:

1. Hva fungerer bra?
2. Hva kan gjøres annerledes?
3. Hva trenger dere og hvorfor?

Alle grupper sender svar til gro.eide@skiforbundet.no