

BUESKYDNING DANMARK

KOMMUNIKATIONSSTRATEGI

Kommunikation i perspektiv

Kommunikationsstrategien skal til enhver tid udtrykke og understøttet forbundets allerede fastlagte mission, vision og mål (jvf. strategiplanen med DIF).

Mål (hvad):

- At øge synlighed og kendskab.
- At beskrive forbundets servicetilbud.
- At øge tilfredsheden.
- At rekruttere og fastholde – især børn og unge.

Formål (hvorfor):

- At udvikle og fremme bueskydning i Danmark.
- At rekruttere og fastholde – især børn og unge.
- At vise, at det er sjovt at skyde med bue.
- At vise, at forbundet er til for at hjælpe og rådgive medlemsforeningerne.
- At vise, at Bueskydning Danmark er et fedt projekt, som vi er fælles om.
- At skabe et fælles Bueskydning Danmark, hvor medlemsforeningerne og deres medlemmer har en forståelse for, hvad Bueskydning Danmark arbejder med samt hvorfor.

Målgrupper

Interne målgrupper

- Medlemsforeningerne (den frivillige ledelse, bestyrelser og trænerne).
- Eliteskytter, breddeskytter og forældrene.

Disse målgrupper skal serviceres med:

- Nyheder, interne og eksterne ændringer, resultater, rekorder, aktiviteter, love og regler osv.
- Inspiration, faktuelle faglige informationer eller kurser/møder.
- Organisatorisk information, såsom bestyrelsesarbejde, -møder eller informationer fra bestyrelsen.
- Besøg i foreninger og evt. gode historier fra foreningerne.
- Danske mesterskaber og internationale resultater/præsentationer.
- Danske skytter eller dommere i internationale stævner med WA eller WAE.
- Tilbud og initiativer, såsom Sommer- og Vinterskydning, camps, Teknikskoler, trænerkurser osv.

Eksterne målgrupper

- Potentielle medlemmer af medlemsforeningerne.
- Potentielle nye samarbejdspartnere
- Offentligheden, herunder pressen, sponsorer og DIF og Team Danmark WA m.fl.

Potentielle medlemmer har brug for at blive serviceret med:

- Buernes Dag – Åbent husarrangement, hvor det er muligt at prøve at skyde med bue.
- OL og store internationale resultater samt idoler/stjerner.
- Tilbud, der viser at det er sjovt at skyde med bue – hvad gør bueskydning særlig.
- Bueskydning er for alle – også hvis du har psykiske og/eller fysiske udfordringer (trivsel)
- Selvom Bueskydning er individuelt, så er der også et fællesskab → Soldaterprojektet.

Indsatsområder

Direkte kommunikationskanaler

Ønsker man at kontakte Bueskydning Danmark direkte ved henvendelser skal dette ske via e-mail fx info@bueskydningdanmark.dk eller ved at ringe eller sende en sms til +45 5027 4237. Et automatisk svar fra Messenger henviser til de to direkte kommunikationskanaler.

Website

www.bueskydningdanmark.dk vil blive relanceret i 2024 med nyt design og ny brugerflade for at gøre hjemmesiden mere brugervenlig, overskuelig og relevant.

Hjemmesiden skal formidle relevant information om Bueskydning Danmark og udviklingen af bueskydning i forbundet til alle målgrupper. Hjemmesiden er forbundets primære kommunikationskanal, hvor brugeren skal finde, at indholdet er relevant og modtagerorienteret. Siden skal være nem at navigere rundt på, og indholdet skal være opdateret og aktuelt.

Indholdet skal i vid udstrækning afspejle udviklingen og aktiviteterne i Bueskydning Danmark samt være et samlingssted for alle væsentlige informationer til den enkelte forening og udøver.

Bueskydningdanmark.dk skal så vidt muligt interagere med de andre kommunikationskanaler.

Nyhedsbreve

Der er pt. ca. 400 modtagere af forbundets nyhedsbrev. Det nuværende nyhedsbrev bliver dannet ud fra 'gamle' hjemmeside. For nyhedsbrevet gælder det, at brugeren aktivt skal tilvælge nyhedsbrevet. Nyhedsbrevet udgives én gang om ugen og er en opsamling af ugens nyheder på bueskydningdanmark.dk.

Det kunne yderligere være relevant at sende et nyhedsbrev til foreningerne én gang om måneden for at Bueskydning Danmark ikke kommunikerer flere forskellige ting på mails til medlemsforeningerne. Hermed er less is more væsentligt og en mulighed for at ramme flere med færre pile.

De strategiske mål med nyhedsbrevet er at styrke vidensdelingen af ekspertviden og bringe aktuelle nyheder helt personligt til det enkelte medlem samt foreningerne. Fokus på formålet med kommunikationen samt til hvilken målgruppe.

Nyhedsbrevet er en måde at komme direkte ud til medlemmerne om Bueskydning Danmarks aktiviteter samt andre relevante informationer.

Sociale medier

Bueskydning Danmark anvender Facebook og Instagram. Facebooksiden og Instagramsiden er offentlige åbne sider for alle, men med fokus på dem, som interesserer sig for bueskydning i Danmark. Indsatsen på Facebook og Instagram skal styrke Bueskydning Danmarks kommunikation og skabe merværdi for forbundet på følgende måde:

- Komme tættere på den enkelte udøver og de aktuelle aktiviteter i forbundet.
- Nå ud til flere udøvere med direkte information om forbundets aktiviteter og tilbud.
- Skabe rum for mangfoldighed og mulighed for sparring på tværs af forbundet.
- Facebooksiden skal generere trafik til bueskydningdanmark.dk, som generator for nyheder til Facebook.
- Facebook skal også være en platform for mere skæve historier, som findes i sporten.
- Facebooksiden skal lægge op til deling og interaktion af aktiviteter i Bueskydning Danmark regi. Video og billedmateriale kan nemt lægges op og deles/opfordre til deling via Facebook.
- Facebooksiden administreres af forbundets ansatte. Der kan gives rettigheder til at lægge materiale på facebooksiden til forbundets frivillige for at sikre en levende facebookside, med et højt niveau af ejerskab for hele organisationen for at skabe et fælles Bueskydning Danmark.
- Der skal bruges mere energi på Instagram, da det er her de unge er (i forhold til Facebook målgruppen). Målet er at rekruttere og fastholde de unge i bueskydning.
- Give mulighed for at give flere mulighed for at lægge op på vores Instagram for at skabe mere liv og indhold, når aktiviteterne afvikles.
- Combat Archery kan kommunikeres på sociale medier for at visualisere det, hvilket giver et bedre indblik. Combat Archery kan bidrage til rekruttering og fastholdelse af unge.
- Konkurrencer på Instagram og Facebook.
- Bringe de gode historier i bueskydning gennem storytelling.
- Takeovers på især Instagram samt deling af skytters oplevelser/hverdag på landsholdsaktiviteter på sociale medier.

Presse

Pressedækning kan opdeles i internt og eksternt. Ved internationale stævner er pressedækningen som følgende:

- Spring Arrow, Conquest Cup, Veronica Cup og Grand Prix vil blive dækket internt med resultater.
- NUM, UDM, DM, DM 50+ og 3D DM laves en optakt før stævnet internt. Efter stævnerne dækkes medaljefordelingen internt.
- EM, UEM, 3D VM og OL vil blive dækket internt med en optakt samt løbende resultater. Ved danske medaljer vil der blive lavet pressemeddelelser til eksterne medier.
- World Cups vil finaleskydningerne blive dækket internt. Vinder en dansker, laves der pressemeddelelser til eksterne medier.
- European Qualifier Tournament og Final Qualifier Tournament dækkes med en optakt, løbende resultater samt en opfølgning efter stævnene både internt og eksternt.

Redaktionelle ressourcer

Til gennemførelse af de forskellige indsatsområder anvendes de nuværende medarbejdere i Bueskydning Danmark. Den primære ansvarlig for indsatserne er fordelt ud på medarbejdernes arbejdsområder. Den ansvarlige medarbejder kan anvende de andre medarbejdere, bestyrelsen, skytter og frivillige til at være bidragsydere.

For at få mest muligt ud af de forskellige kommunikationskanaler skal der laves et årshjul for kommunikationen som løbende bliver opdateret med kommunikationsplaner, kampagner, nyheder osv. rettet mod forskellige målgrupper. På denne måde sikres formålet med kommunikationen samt til hvilken målgruppe.

