



**SVENSKA  
BÅGSKYTTEFÖRBUNDETS  
FÖRENINGAR**

**-EN HANDBOK I MARKNADSFÖRING**



# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

<b>HANTERA KOMMUNIKATIONSKANALER</b>	<b>1</b>
Mediekontakt	1
Sociala medier	4
<b>UTVIDGA KONTAKTNÄT</b>	<b>7</b>
Sponsring	7
Reklam	9
<b>SKAPA EVENT</b>	<b>11</b>
<b>HANTERA OCH REKRYTERA MEDLEMMAR</b>	<b>14</b>



## **Projektdeltagare**

### **Projektledare**

Rickard Österberg

### **Key account manager**

Tova Persson

### **Kvalitetsstöd**

Leif Marcusson

Siw Lundqvist

## **Arbetsgruppsdeltagare**

Andreas Svensson

Christoffer Hellqvist

Fanny Pettersson

Frida Dahlström

Hanna Petersson

Johanna Blomqvist

Jonna Öhling

Josephine Johansson

Karin Rosén

Louise Rundlöw

Nils Sjöberg

Oskar Eriksson

Paulina Haux

Robin Svensson

Sabina Nilsson

Viktor Olofsson

# HANTERA KOMMUNIKATIONSKANALER



## Introduktion

För att sprida ordet om er förening är det viktigt att använda er av olika kommunikationskanaler. Ni kan till exempel använda er av medier, vilket innebär alla medel, kanaler eller personer som utsänder information till ett större antal människor. Som hjälpmedel har vi därför tagit fram olika mallar och allmänna tips. Ni finner även information om sociala medier, då vi starkt rekommenderar er att använda dessa för att nå er målgrupp. Kapitlet är uppdelat i två delar - Mediakontakt och Sociala medier.

## Mediekontakt

### Tips på olika sätt att kontakta medier

- **Via mail**

Det smidigaste sättet att kontakta medier på är via mail. En sportansarig är bäst att kontakta i första hand. Viktiga saker att tänka på när ni mailar är att ni har en tydlig rubrik om vad ärendet gäller och att ni skriver det viktigaste först.

- **Via telefon**

Som andrahandsalternativ är det effektivt att ringa medier för att få personlig kontakt och kunna förklara ert ärende tydligt. Viktigt att tänka på här är att ni lämnar ytterligare kontaktuppgifter för möjlighet till återkoppling.

- **Via sociala medier**

Många medier använder sig även av sociala medier där ni kan tipsa om nyheter. Fördelen med det är att andra på internet ser er nyhet och att det ofta går snabbt att få svar här.

### Två typer av utskick till media

Det finns vanligtvis två olika typer av utskick till media:

- Med syfte att intressera media till reportage och intervjuer.
- Med syfte att få en färdig nyhet publicerad.



## Att tänka på för att intressera media till reportage och intervjuer

- Intressant rubrik
  - Exempel: Stor(t) Event/Tävling i Kalmar under höstlovsveckan.
- Vad heter ni och vilken förening kommer ni ifrån?
  - Exempel: Hej, mitt namn är ... och jag kommer från Kalmar Bågskytteförening.
- Vad vill ni nå ut med?
  - Exempel: Vi har två skyttar i SM-final/Vi håller på med ett projekt där ungdomar får prova på bågskytte.
- Vad är intresseväckande med detta?
  - Exempel: Vi har aldrig förr haft två skyttar i SM-final/Vi försöker samverka ungdomar i ett gott syfte.
- Avslutning
  - Exempel: Vi undrar om ni skulle vilja göra ett reportage om vår tävling/vår satsning på ungdomar.
- Ha alltid med kontaktuppgifter så att media kan kontakta er.

## Att tänka på för att få en färdig nyhet publicerad

- Intressant rubrik
  - Rubriken ska skapa en vilja att läsa om er nyhet.
- Skriv det viktigaste först
  - Det är viktigt då tidningar ofta kortar ner nyheter de får in.
- Citat från medverkande i tävling eller ansvariga för evenemanget
  - Detta ökar känslan av att det ligger engagemang bakom nyheten.
- Ha alltid med kontaktuppgifter så att media kan kontakta er.



## Övriga tips att tänka på vid kontakt med medier

- **Aktualitet**

Hör av er om era nyheter i tid. På så sätt ger ni tidningar/tv/radio chansen att göra ett reportage i förväg.

- **Kändisar**

Samarbetar ni med några lokala kändisar eller intressanta föreningar? Ta upp detta, då det kan hjälpa er att ge verkan.

- **Känslor**

Finns det några känslomässiga fördelar i era nyheter, som att bågskytte är bra träning både fysiskt och psykiskt? Tydliggör det, då det kan väcka ett intresse hos media.

## Övriga tips och råd

- Tänk efter innan ni svarar.
- Håll er inom ert eget område.
- Säg om ni inte vet, kan eller får svara på frågan.
- Håll er till fakta.
- Anta att allt är "on the record".
- Var bestämda, rättvisa och ärliga.

## Fallgropar

Undvik att:

- Ljuga, gissa eller ha egna teorier.
- Bli upprörda eller arga.
- Låta situationen eller reportern stressa er.
- Använda fackspråk.
- Diskutera hemligstämplad information.
- Använda uttrycket "inga kommentarer".

# Sociala medier



## Varför sociala medier?

Sociala medier är ett effektivt och gratis alternativ till traditionell marknadsföringen. Det som gör sociala medier speciella är att de skapar möjlighet till tvåvägskommunikation. Vi rekommenderar er att fokusera på Facebook och Instagram då de kanalerna är de två största sociala medierna.

## Tips för att lyckas på sociala medier

- **Förberedelser**  
Bestäm hur ni vill använda sociala medier. Vem ska sköta administrationen och hur ofta ska ni publicera material?
- **Innehåll**  
En grundpelare i sociala medier är att vara personlig och att stå för sina värderingar samt sin verksamhet. Det är därför viktigt att ni endast skriver sådant som ni står bakom både privat och professionellt.
- **Uppmärksamhet**  
Läsarna ser bara ett inlägg under några sekunder, därför är det viktigt att fånga deras intresse direkt. Anpassa era inlägg efter er målgrupp och få dem att förstå varför det ni skriver är relevant för just dem.
- **Delaktighet**  
Bjud in följare till att vara mer delaktiga genom att skapa innehåll som sedan delas vidare. Ett exempel på det är att uppmana följare till att dela ett inlägg eller en tävling.



- **Förebilder**

Att använda förebilder innebär att ni använder er av individer som är aktiva på sociala medier, det för att nå ut till fler människor. Ett exempel kan vara att låta några framgångsrika ungdomar i föreningen sköta era sociala medier under en period.

- **Bilder**

Publicering av bilder istället för enbart text bidrar till ökad interaktion, då bilder får följare att engagera sig och komma ihåg information bättre. Vad som är viktigt att tänka på när ni publicerar bilder är att ni har rättigheterna till dem.

- **Filmer**

Ett mycket effektivt medel att använda sig av för att få uppmärksamhet på sociala medier är film. Filmer ger upphov till att sprida mycket information på kort tid och fångar dessutom följarens intresse.

## Fallgropar med sociala medier

- **Skriva i affekt**

Ni ska inte skriva när ni är arga, upprörda eller nedstämda. Det finns en större risk att ni ångrar ert inlägg efteråt då ni är påverkade av era känslor, eftersom att det är svårt att vara objektiv i ett sådant läge.

- **Endast ta och inte ge**

Att ge och ta är rätt väg att gå. Det kräver generositet och samarbete. Tillhandahåll användbart material samtidigt som ni delar andras innehåll som kan vara av intresse för er organisation.

- **Vara omänskliga**

Äkthet värderas högt på sociala medier. Ni måste kunna erkänna ett misstag, be om hjälp och ge respons på kritik. Om ni är ovilliga att göra detta bör ni byta metod.

- **Börja för stort**

Att bygga upp ett nätverk med engagerade följare kräver uthållighet. Många föreningar startar konton i flera kanaler men tröttnar när de inte får det resultat de förväntat sig. Det är bättre att börja med någon eller ett par noggrant utvalda sociala medier och utöka antalet med tiden.





## Slutsats

Att dela med sig av sin verksamhet till allmänheten är viktigt. Både för att locka nya medlemmar men även publik. Genom olika marknadsföringskanaler kan ni enkelt dela med er av till exempel era tävlingar. Medier är ofta intresserade av de flesta nyhetstips, det gäller bara att veta hur och när de ska kontaktas, för att väcka ett intresse. Sociala medier är en fantastisk kanal att använda sig av då man har ont om resurser. Många använder dock sociala medier som sin enda kanal för marknadsföring, undvik det. Använd gärna båda delar för att nå ut i mediala sammanhang.

# UTVIDGA KONTAKTNÄT



## Introduktion

Kontakter är väldigt viktiga för en förening. Genom att bygga upp ett nätverk skapas möjligheter för utveckling. Inom föreningslivet finns möjlighet till flera sponsorsamarbeten och det gäller att nå ut till sponsorer och hitta rätt samarbeten. Reklam hjälper föreningen att synas, som i sin tur kan locka sponsorer och nya medlemmar. Kapitlet är uppdelat i två delar – Sponsring och Reklam.

## Sponsring

### Tips på hur ni bör göra för att nå ut till sponsorer

- Förmedla en känsla.
- Tydliggör ert verksamhetsmål.
- Poängtera vikten i att aktivera barn och ungdomar.
- Fokusera på att alla som vill ska kunna utöva bågskytte.

### Tips på vad ni kan erbjuda era sponsorer

- En reklamplats på hemsida och sociala medier med logotyp/namn inklusive länkning.
- Sponsorns logga på lokala träningsställen.
- Tryck på tävlingskläder och reklamprodukter.



## Skapa profil

Det underlättar med en presentation vid inledandet av nya samarbeten där det står vilka ni är och vad ni kan erbjuda företaget som ni önskar sponsring från. Det är alltid viktigt med en bra profil för att fånga sponsorernas intresse.

### Mall till profil

1. RUBRIK
2. Berätta om:
  - Er förening
  - Varför ska man utöva sporten?
  - Vilka kan utöva sporten?
  - Vad vill ni bli förknippade med?
3. Varför ni söker sponsorer och vad ni kan erbjuda dem?
4. Avsluta med kontaktuppgifter där det står tydligt hur de kan kontakta er.

## Övriga tips och råd

- En person bör vara sponsransvarig.
- Kontakta via mail, telefon eller deras hemsida.
- Om ni ringer inled samtalet med att fråga om de har tid en stund, om de inte har tid kommer de inte att lyssna.
- Presentera dig och er förening för att fånga mottagarens intresse, använd er profil.
- Berätta att ni behöver hjälp med sponsring i form av kapital och material, och att de i utbyte får synas på till exempel evenemang, hemsida, Facebook och mail.

# Reklam



## Utforma en affisch

En bra och tilltalande affisch har en gynnsam genomslagskraft och är perfekt att använda inför tävlingar eller andra evenemang. Nedan följer att antal punkter som är bra att tänka på vid utformandet av en affisch.

- Affischen får inte vara för liten, då får den inte tillräckligt med uppmärksamhet. Exempel på mått är 50x70 eller 70x100 cm.
- Skapa ett bra och tydligt budskap. Ni kan använda er av färger, bilder och ordval som passar in på föreningen. Till exempel använda föreningens logotyp och klubbfärger.
- Budskapet på affischerna ska kunna läsas och uppfattas på mindre än en sekund eftersom folk inte har tid att stanna och läsa det som står på affischen.
- Använd gärna en slogan då det stärker reklamen och hjälper besökaren att förstå vad ni står för. Er slogan ska sticka ut från mängden och vara lätt att komma ihåg.
- Affischerna eller flygbladen som trycks upp ska delas ut på de mest oväntade platserna för att väcka uppmärksamhet.

## Reklamkanaler

### Lokal media

- Kommunen är ofta en bra gratis kanal, då de många gånger erbjuder resurser för att hjälpa till med marknadsföring för föreningar.
- Lokala dagstidningar, gratistidningar och radiokanaler är också ett effektivt sätt att sprida reklam lokalt.

### Utomhusreklam

- En förening har många alternativ till utomhusreklam, till exempel reklamtavlor, affischpelare, lyktstolpar etc. Här handlar det egentligen om att ta fram en bra affisch/plansch och därefter är möjligheterna oändliga.
- Tänk på att det behövs ett speciellt papper som heter "never tear" som tål att vara utomhus utan att ta skada.

### Evenemang

- Att använda evenemang som marknadsföring handlar om, som namnet antyder, att engagera kunden till att ta del av verksamheten. Istället för att endast delge information lockas kunden till att känna sig som en del av aktiviteten och används som en del av reklamen.



## Beskrivning av verksamheten

- Skapa en instruktion om bågskytte i PDF format som delas ut till föräldrar och övriga intressenter.
- Instruktionen kan innehålla olika enkla exempel och mallar på bågskytte anpassat för åldersgruppen.
- Instruktionen kan även innehålla exempel på hur föräldrarna ska uppmuntra sina barn och peppa dem inför träningar och tävlingar.
- Det för att marknadsföra sig till potentiella medlemmar likväl som till medlemmar inom föreningen för att uppmuntra dem att stanna kvar.

## Slutsats

Genom att utvidga ert kontaktnät ökar ni era möjligheter. Med hjälp av sponsorer skapar ni ett lönsamt samarbete. Om ni följer tipsen ovan hjälper det er att utöka era sponsorsarbeten. Tänk på att ta hand om de sponsorer ni har och får, det ska vara ett ömsesidigt utbyte. Reklam är ett annat bra sätt som leder till ett större kontaktnät, vilket i sin tur kan leda till mer publik, vilket leder till fler sponsorer.

# SKAPA EVENT



## Introduktion

För att locka fler medlemmar till föreningen och föreningens tävlingar, rekommenderar vi att ni försöker göra varje tävling till en publikfest. Ni kan till exempel kombinera en tävling med ett event, vilket är effektivt och kan sprida föreningens känsla och budskap till målgruppen. I längden kan det göra så att ni får fler medlemmar till er förening.

## Varför event?

- Genom ett event får ni chansen att kommunicera med målgruppen på ett sätt som lockar till involvering.
- Event bidrar till att bygga relationer och kommunicera budskap, samt skapa upplevelser för besökarna.
- Genom ett event kan ni bygga långsiktiga relationer med föreningens intressenter som sponsorer och samarbetspartners.
- Event gör det möjligt att lära känna nya kunder, skapa goda relationer och rekrytera nya medlemmar.
- Genom att arrangera event som är genomtänkta och professionellt genomförda kompletterar det era andra marknadsföringskanaler för att nå nya medlemmar.

## Förutsättningar för att ett event ska fungera

- Samarbeta med företag som har samma målgrupp, det för att komplettera varandra utan att konkurrera.
- Samarbeta med sponsorer för att finansiera event och tävlingar.
- Fokusera på att besökare ska gå glada och nöjda från eventet för att de ska rekommendera er vidare.
- Fokusera på att aktivera barn och ungdomar för att alla som vill ska kunna utöva bågskytte.



## Tips vid planering av event

- Sätt upp tydliga och mätbara mål.
- Tänk ut vilka som ni vill ska komma på eventet.
- Ha en realistisk budget.
- Behövs en anmälan till eventet? Gör det i så fall enkelt att anmäla

## Tips om marknadsföring inför ett event

- Ha en person på varje event som ansvarar för marknadsföring före, under och efter eventet.
- Gör ett evenemang på Facebook för att sprida inbjudan.
- Använd er olika mediekkanaler för övrig annonsering av eventet.

## Tips om inbjudningar

- Skicka ut offentliga inbjudningar.
- Skicka ut privata/skräddarsydda till era sponsorer och deltagare.
- Inbjudningarna ska endast inkludera det nödvändigaste. Reserverande information ska finnas på eventets hemsida. Informera/länka till hemsidan som innehåller mer information.

## Tips och råd om programblad

- Med hjälp av ett programblad under tävlingarna ger ni enkelt och snabbt viktig information till åskådarna.
- Det kan underlätta för besökarna genom att informera om sporten, när de olika tävlingarna startar samt plats om tävlingen befinner sig på en större yta.
- För att vägleda åskådarna kan ni passa på att lägga in ett kort stycke som beskriver reglerna för tävlingen, på så sätt blir även de ovana mer engagerade.
- Ni kan utnyttja programbladet till sponsorsarbeten samt att locka fler medlemmar.
- Det är viktigt att tänka på utformningen av bladet:
  - Gör det lättläst och intresseväckande.
  - Använd er grafiska profil.
  - Använd lockande bilder.
- Vid mindre tävlingar kan ni minska informationen och trycka upp det mest väsentliga på affischer istället. Det blir då en lägre kostnad samt mindre spill.



## Tips om marknadsföring efter ett event

Trots att eventet är över är det viktigt att ni är aktiva i er marknadsföring för att gynna ert långsiktiga resultat. Ni kan göra detta genom att:

- Utforma ett enkelt e-postmeddelande, exempel: "Tack för att du närvarade under SM i tavelsskytte". Det är ett uppskattat och effektivt sätt att uppmärksamma alla som deltagit.
- Dokumentera eventet med bilder, filmer, intervjuer och lätt ut på sociala medier

## Slutsats

Genom att göra era tävlingar till event öppnar ni upp till nya möjligheter. Det blir lättare att få folk att komma till tävlingarna, men det gör det även trevligare och roligare. Större publik lockar även nya sponsorer. Det är viktigt att ni inte bara fokuserar på själva eventet, utan även på att marknadsföra eventet så att folk vet att det äger rum.



# HANTERA OCH REKRYTERA MEDLEMMAR



## Introduktion

Föreningar fokuserar ofta på att skaffa nya medlemmar. Men det är minst lika viktigt att ta hand om de som redan finns i föreningen. Därmed har vi med förslag till hur ni behåller men också hur ni rekryterar medlemmar.

## Vikten av nuvarande medlemmar

Det är viktigt att lägga fokus på att behålla era nuvarande medlemmar.

Nedan följer ett antal punkter som är viktigt att ta i beaktning:

- Läger – utforma läger med till exempel träningar, tävlingar och andra roliga aktiviteter. Det kan utföras på den lokala orten likväl som på andra platser. Det skapar glädje, engagemang och gemenskap inom föreningen.
- Sponsorer – att utveckla samarbeten med sponsorer tyder på engagemang från föreningens sida och gör det mer lönsamt för medlemmarna.
- Policy – att ha en policy om till exempel en trivsamt miljö leder till en ökad trygghet
- Instruktioner – utforma enkla instruktioner så att föräldrar kan få en inblick i hur det fungerar med bågskytte och i sin tur kan uppmuntra sina barn till sporten.

## Nå ut via sociala medier

- Skriv inlägg på till exempel Facebook om prova-på-event för att locka medlemmar.
- Visa vad ni gör under prova på eventen med mycket bilder, det lockar andra till att bli intresserade.
- Information om hur man ska gå tillväga om man vill prova på bågskytte.
- Att ställa frågor och använda du-tilltal i inlägg lockar läsarna till en dialog. Ett exempel kan vara att publicera en bild eller video till frågan: Vill du prova bågskytte? Välkomna till...



## Fånga nya medlemmar vid event

- För att locka nya medlemmar kan ni lägga in en länk på programbladet som ska hänvisa till er hemsida, där det tydligt ska stå hur man ska gå tillväga om man vill testa på sporten.
- Ni kan utnyttja era tävlingar/event för att rekrytera ytterligare medlemmar, genom att dela ut lappar man fyller i för att bli medlem.
- Ett annat alternativ är att ni delar ut lappar om att de kan komma och prova på. Det ska vara gratis en eller fler gånger och därefter kan man ansöka om medlemskap.

## Möjligheter på skolorna

I skolor finns det mängder av ungdomar, alltså även mängder av möjligheter att intressera nya personer till bågskytte. Här följer en enkel mall för hur ni bör gå tillväga med kontakten av skolor:

- Gå igenom och skriv ner vilka skolor som finns i ert område och som matchar er målgrupp.
- Skriv ner vad ni har tänkt er för upplägg. Även om man här säkerligen får diskutera fram en lösning som passar båda är det bra och ofta skönare att ha en grundidé att arbeta utifrån.
- Kontakta de skolor ni valt via telefon eller mail och förklara kort ert syfte. Här bör det finnas med:
  - Tid: Hur mycket tid kan ni avvara?
  - Var: Var ska aktiviteten ske? På föreningens vanliga träningsplatser? Finns det möjlighet att komma till skolorna?
  - När: På friluftsdagar? På idrottslektioner?
  - Hur: Först instruktion och sedan prova på?



## Slutsats

Att få komma ut och visa upp er för andra skapar ett medvetande att ni finns. Eleverna på skolorna ni besöker kommer prata gott om er och det är en upplevelse för dem, som de sedan kan dela med sig av till andra. Tänk på att berätta om er själva och vilka möjligheter det finns om man vill börja med bågskytte. Glöm dock inte att ta hand om de medlemmar ni redan har.