

FÖRENINGSS *kick* VERKTYGSDUK

VÅR FÖRENING: _____

IFYLLD AV: _____

DATUM: _____

Den här verktygsduken är ett resultat av det två-åriga projektet FöreningsKICK som finansierades av Leader/Aktion Österbotten och drevs som ett samprojekt av yrkeshögskolorna Centria och Novia 2016-2018. Projektets mål var att stärka föreningsverksamheten i svenska Österbotten, bl.a. genom att skapa verktyg för föreningsutveckling, som nu samlats på denna duk.

Verktygsduken är utvecklad för alla slags föreningar, som ett hjälpmedel i planeringen av strategi och kommunikation. Förslagsvis kan styrelsen arbeta sig igenom verktygsduken en gång per år, och på så sätt underlätta utvecklandet av hela årets verksamhet på ett konkret och överskådligt sätt.

Under projektets gång stod det klart att det är viktigt att alla i styrelsen tar ansvar och verkligen arbetar tillsammans. Denna verktygsduk förutsätter därför att man konkret slår sig ner runt ett bord och kommunicerar med varandra. Meningen är att detta papper läggs ut som en duk på ett bord, som alla styrelsemedlemmar kan samlas kring. Tillsammans kan man diskutera sig igenom alla verktyg, och den som sitter närmast verktyget som diskuteras just då fyller i. På så sätt bär alla ett ansvar och arbetar tillsammans.

lycka till!

1 BYGG FÖRENINGENS STRATEGIHUS

SKAPA SMARTA MÅL:

Specifika
Mätbara
Ambitiösa
Realistiska
Tidsbestämda

Var är vi?
Vart vill vi komma?
Hur kommer vi dit?

4. VISION

Vilka är våra mål?

T.ex. Om ett år har vi X antal medlemmar, vår historik är publicerad och föreningshuset är färdigrenoverat.

2. OMGIVNING

Med vad konkurrerar vi? Vilka yttre faktorer påverkar vår verksamhet?

T.ex. Tidsbrist, lagstiftning, andra föreningar osv.

3. EGEN FÖRENING

Vad är vi bra på? Vilket mervärde erbjuder vi våra medlemmar?

T.ex. Bra gemenskap, regelbunden verksamhet, ekonomin i ordning osv.

1. SYFTE

Varför finns vår förening? Vilken är vår främsta uppgift?

För vem finns vi till? *T.ex. Vår byaförening finns till för att skapa gemenskap bland byborna genom exempelvis evenemang, samt verka som byns intressebevakare på kommunalnivå.*

2 SKAPA FÖRENINGENS HANDLINGSPLAN

OBS! Ansvarspersoner och tydliga tidsramar är av största vikt för att undvika att saker och ting rinner ut i sanden.

HUR?

HUR?

VAD?

VAD?

VARFÖR?

Tips! Den här handlingsplanen kan användas som grund för föreningens officiella verksamhetsplan.

VAD?

VAD?

HUR?

HUR?

Varför? Föreningens huvudsakliga uppdrag och vision. *T.ex. Vår pensionärsförening finns till för att skapa en aktiv vardag för de som inte längre är med i en arbetsgemenskap.*

Vad? Huvudsakliga teman som vi fokuserar på. *T.ex. Socialt umgänge, motion, utbildning och kultur.*

Hur? Konkret verksamhet, som är mätbar (man ska kunna följa upp om man gjort som planerat).

T.ex. Lunchträff en gång i månaden, fem motionslådor i kommunen, en matlagingskurs per termin, ett teaterbesök i året.

3 NULÄGESANALYS AV FÖRENINGENS KOMMUNIKATION

Nu när vi vet vad vi står för och vart vi är på väg, behöver vi fundera på hur vi kommunicerar.

1. **Styrkor:** Vad är vi i nuläget bra på i vår förening när det gäller kommunikation?
2. **Svagheter:** Vad borde vi bli bättre på?

Exempel: tydlighet, närbarhet, snabbhet, smidighet, ton, uttrycksförmåga, skriftliga och muntliga färdigheter, inspirationsförmåga o.s.v.

STYRKOR / SVAGHETER	

4 FÖRENINGENS KOMMUNIKATIONSPLAN

Tips! Tänk på att försöka hitta balansen i informationsflödet. För mycket info kan vara överväldigande och få människor att slå dövörat till, medan för lite info kan få dem att tro att er verksamhet inte angår dem.

VEM BEHÖVER VI KOMMUNICERA MED?	VAD BEHÖVER VI KOMMUNICERA? <i>Ex. evenemangsinfo, mötesprotokoll</i>	VAR BEHÖVER VI KOMMUNICERA? <i>Ex. Facebook, lokaltidningen</i>
STYRELSEN		
NUVARANDE MEDLEMMAR		
POTENTIELLA MEDLEMMAR		
ALLMÄNHETEN		
BESLUTS- FATTARE		

Tips! Skapa ett färdigt välkomstbrev för nya medlemmar, som innehåller tydlig information om kontaktuppgifter, medlems-sammankomster, hur man kan engagera sig i verksamheten, eventuell medlemsavgift och medlemsförmåner osv. Kom ihåg att inte ta för givet att nya medlemmar känner till allt som ni kanske anser vara självklart, såsom mötesplats, mötestid, informationskanaler etc.

Tips! Olika kanaler kan användas i olika syften. Ex. kan hemsidan vara fylld av fakta och information, medan en informell inblick i föreningens vardag kan ges på Facebook.

5 HUR KOMMUNICERAR VI I VÅR FÖRENING

Med hjälp av kommunikation har man möjlighet att bygga en positiv atmosfär och vi-anda i föreningen. Ett "tack" vid en talkoinsats, en glad gubbe i e-postmeddelandet, eller fokus på det positiva istället för det negativa vid mötet kan betyda otroligt mycket för hur människor trivs i föreningen.

Förutsättningarna kunde alltid vara bättre. Man kunde alltid ha mer pengar, mer talkokraft, och större planer. Men man ska komma ihåg att det säkert finns mycket som är bra redan nu. Det är fint att sträva framåt, men då med tacksamhet över vad man har istället för irritation över vad man inte har.

Vilken attityd har vi i vår förening? Det här kan vi göra för att medvetet skapa en positiv atmosfär och vi-anda:

6 FÖRENINGENS VÄRDEORD

Det är viktigt att våra värderingar syns i all vår kommunikation.

Vad står vi för? Vad är viktigt i vår förening? Vad värdesätter vi allra mest?

Är det kanske gemenskap, glädje, ansvar, hälsa, kunskap eller något helt annat?

Fundera kring hur dessa värderingar syns i verksamheten och hur de kommuniceras.

1.

2.

3.

7 STORYTELLING

Ett sätt att kommunicera vad våra värdeord betyder för oss i praktiken, är genom att dela berättelser som visar på vilket sätt våra värderingar syns i verksamheten. Det är lätt att slänga ord runt sig, men svårare att motivera dem. Genom att motivera orden med en berättelse sticker man ut ur mängden.

Exempel: Istället för att bara säga att "gemenskap är viktigt för oss" kan vi beskriva ett tillfälle när vi upplevde verklig gemenskap. Få föreningar skulle säga att gemenskap inte är viktigt, men de som verkligen kan motivera varför, och på vilket sätt, vinner förtroende och får uppmärksamhet. Genom storytelling skapas emotionella band till målgruppen och föreningen får en personlighet som människor dras till.

Beskriv ett tillfälle (exempelvis under ett evenemang eller talko) som exemplifierar ett av era värdeord.

Om vi skulle dela med oss av denna berättelse, i vilket forum skulle den då passa in?

- Nyhetsbrev Lokaltidningen
- Sociala medier. Vilket/Vilka? _____
- Annat, var? _____

Tips! Skapa en följetång av berättelser som denna och sprid dem. Fundera på vilka berättelser ni skulle dela, var de skulle delas, hur ofta och av vem.

8 VERKTYGSDUKENS SLUTTEST

I det här skedet borde ni rimligtvis veta vad er förening står för, vart ni vill nå, hur ni planerar att nå dit, och hur ni ska kommunicera.

Testa nu om ni kort och koncist kan precisera er verksamhet genom att besvara följande frågor i en enda mening:

VEM ÄR VI? _____

VAD GÖR VI? _____

VEM FINNS VI TILL FÖR? _____

Den meningen kan ni nu flitigt använda för att sprida ordet om er förening!

*Och till sist... Glöm aldrig att föreningsliv ska vara roligt!
Lycka till med er fortsatta verksamhet!*