



Kommunikasjonskomiteen i Norfo

Periode 2018-2019 / Norske GETS

14.04.18 Ole Morten Ona Ringdal

Agenda

- Kl 10.00-10.40 Kommunikasjonskomiteen v/leder kommunikasjonskomiteen Ole Morten Ona Ringdal
- Kl 11.40-11.10 Webmaster og leder IT forum, Terje Lauten

- › ***Medlemmer:***
- › *Edrund Olaisen*
- › *Einar Solheim*
- › *Kari Løken*
- › *Tore Jørgen Slettahjell*
- › *Arild Bjørkøy*
- › *Aase Kongsvold (Webredaktør)*
- › *Terje Lauten (Web master)*
- › *Ottar Julsrud (Rotary Norden)*
- › *Ole Morten Ona Ringdal (leder)*



VÅRE STRATEGISKE MÅL



Støtte og styrke klubbene

- Fremme fornyelse og fleksibilitet i klubbene
- Oppmuntre klubbene til å delta i en rekke forskjellige aktiviteter
- Fremme mangfold i medlemsstokken
- Forbedre medlemsrekrutteringen og styrke arbeidet for å beholde medlemmene
- Utvikle ledere
- Starte nye klubber
- Oppmuntre strategisk planlegging på klubb- og distriktsnivå



Fokusere på og øke humanitær tjeneste

- Utrydde polio
- Øke bærekraftig service basert på programmer og aktiviteter som støtter ungdom og unge ledere innenfor Rotarys seks fokusområder
- Øke samarbeid og forbindelse med andre organisasjoner
- Igangsette relevante prosjekter både lokalt og internasjonalt



Forsterke profil, PR og omdømme

- Forene profil og merkevareforståelse
- Fremme handlingsorienterte prosjekter
- Fremme våre kjerneverdier
- Vektlegge yrkestjeneste
- Oppmuntre klubbene til å markedsføre sine nettverk og signaturprosjekt

SAMLE LEDERE | UTVEKSLE IDÉER | GJØRE INNSATS www.rotary.org/strategicplan

Hovedmål

Være en ressurs for styret, DG'ene og distriktene - sette kommunikasjon på kartet!

- *Forsterke Rotarys profil, PR og omdømme*

Viktigste oppdrag for
kommunikasjonskomiteen fremover

IMPLEMENTERE FELLES
KOMMUNIKASJONSPLAN FOR ALLE
DISTRIKTER OG KLUBBER



VÅRE STRATEGISKE MÅL



Støtte og styrke klubbene

- Fremme fornyelse og fleksibilitet i klubbene
- Oppmuntre klubbene til å delta i en rekke forskjellige aktiviteter
- Fremme mangfold i medlemsstokken
- Forbedre medlemsrekrutteringen og styrke arbeidet for å beholde medlemmene
- Utvikle ledere
- Starte nye klubber
- Oppmuntre strategisk planlegging på klubb- og distriktsnivå



Fokusere på og øke humanitær tjeneste

- Utrydde polio
- Øke bærekraftig service basert på programmer og aktiviteter som støtter ungdom og unge ledere innenfor Rotarys seks fokusområder
- Øke samarbeid og forbindelse med andre organisasjoner
- Igangsette relevante prosjekter både lokalt og internasjonalt



Forsterke profil, PR og omdømme

- Forene profil og merkevareforståelse
- Fremme handlingsorienterte prosjekter
- Fremme våre kjerneverdier
- Vektlegge yrkestjeneste
- Oppmuntre klubbene til å markedsføre sine nettverk og signaturprosjekt

SAMLE LEDERE | UTVEKSLE IDÉER | GJØRE INNSATS www.rotary.org/strategicplan

Kommunikasjonsmål

Synliggjøre mangfoldet i

organisasjonen som et ledd i
omdømmebygging og
medlemsrekruttering

Prege samfunnet ved å ta
sakseierskap på utvalgte områder

Løfte frem kjerneverdiene og **det unike**
ved organisasjonen
gjennom **konsistente budskap**

Øke synlighet og **anerkjennelse** for
arbeidet nasjonalt og lokalt ved bruk av **lokale**
og sosiale medier og
hjemmeside

VI LEVERER PÅ KOMMUNIKASJONSMÅLET NÅR?

- Rotary **skal forynge medlemsmassen** og **øke mangfoldet**, ikke minst kvinneandelen
- Rotary **profilerer seg nasjonalt** på utvalgte områder
- Rotary skiller seg ut gjennom høyt kunnskapsnivå, mangfold, **fokus på etiske verdier og egenutvikling**
- **Rotary har et konsistent budskap** forsterket gjennom alle mediekkanaler, inkl. hjemmesider og SoMe fokusert mot valgte målgrupper
- Rotary skal være godt kjent for **humanitært arbeid**

IMPLIKASJONER: BARRIERER OG STRATEGI

BARRIERER FRA GAPANALYSEN

- En svært homogen medlemsgruppe mht. kjønn og høy gjennomsnittsalder
- Klubbene står fritt til å velge selv hva de skal gjøre, ingen sentral styring
 - Skiftende ledelse (rotasjonsprinsippet)
- Det mangler kompetanse, ressurser og til dels vilje til kommunikasjon



STRATEGISKE FØRINGER

- Vedta felles kommunikasjonsplan som forplikter distriktene. Bruke mer ressurser på kommunikasjon, særlig i lokale og sosiale medier
- Vedta ett eller få tema som profileres nasjonalt, der klubbene fungerer som ressurser
- Synliggjøre mangfoldet av nettverk, aktiviteter og medlemmer. Vise frem det konkrete arbeidet som utføres lokalt.
- Fokuserer på valgt målgruppe på hjemmesidene og visualisere at Rotary betyr et ressurssterkt miljø
- Organisatoriske grep: styrke NORFO med rolle/er som koordinerer og detaljerer kommunikasjonstiltak. Sikre kontinuitet til tross for rotasjon, krav til kompetanse for medlemmer i ledende roller. Større forpliktelse for klubbene til å følge NORFOs mål og strategier.



OVERORDNET STRATEGISK GREP

- Initiere en nasjonal felles kampanje hvor lokale klubber bidrar med ulike tiltak, men hvor det også legges opp til nasjonal profilering
- Etablere systemer, verktøy og rutiner som gjør det enklere for klubbene å ta ut saker i mediene og sosiale medier
- Delta på større nasjonale arenaer, alene og i samarbeid med andre aktører, der Rotarys egenart kommer tydelig frem
- Initiere profesjonell gjennomgang av hjemmesider og Facebook nasjonalt og på distriktsnivå

Etter EVENTUELT vedtak av kommunikasjonsplanen:
Prege samfunnet ved å ta sakseierskap på ett eller få temaer som profileres nasjonalt

- Vedta ett eller maks. 3 temaer i prioritert rekkefølge som tema for nasjonale kampanjer
- KK sender ut spørreundersøkelse til DK (klubbene) som underlag til arbeid med fellesprosjektet.
- Forankre nasjonalt og lokalt ett eller få tema der Rotary skal ta sakseierskap.



Nasjonalt / distrikt / klubbnivå

- Kommunikasjonskomite med **tydelig mandat/funksjonsbeskrivelse**.
- Komitemedlemmer med **markedsførings- og kommunikasjonsfaglig kompetanse, prosjektledelse** (herunder at distriktene sørger for representasjon i Norfo's kk med riktig kompetanse).
- Komitemedlemmene velges for **3 år** (minimum 2 år). **Kontinuitet og fagkunnskap velges fremfor rotasjon.**
- 3 årige **kommunikasjonsplaner i distrikter og klubber**, forankret i Norfo's kommunikasjonsplan.

- Strategien ligger fast, fundamentert i RI
- Arbeid med kommunikasjontiltak i Rotary er en **kontinuerlig prosess**, med **evaluering**, **sjekkpunkter** og **justering** underveis ift måloppnåelse.
- Virkemidlene/aktivitetene i planen evalueres og **justeres fortløpende** av kommunikasjonskomiteen ift effekt
 - Rapportering til **styret 2 hver mnd.**
 - Statusrapporter på **høst- og vårmøte med anbefalte endringer fra kommunikasjonskomiteen** (f.eks. tiltaksområder som bør forsterkes og som krever større økonomiske rammer eller omvendt).

VI LEVERER PÅ KOMMUNIKASJONSMÅLET NÅR?

- Rotary **skal forynge medlemsmassen** og **øke mangfoldet**, ikke minst kvinneandelen
- Rotary **profilerer seg nasjonalt** på utvalgte områder
- Rotary skiller seg ut gjennom høyt kunnskapsnivå, mangfold, **fokus på etiske verdier og egenutvikling**
- **Rotary har et konsistent budskap** forsterket gjennom alle mediakanaler, inkl. hjemmesider og SoMe fokusert mot valgte målgrupper
- Rotary skal være godt kjent for **humanitært arbeid**

Forsterke Rotarys profil, PR og omdømme, for eksempel

Fremme våre kjerneverdier

Hvordan benytte hjemmesider og Facebook

Forene profil og merkevareforståelse

Felles nasjonale kampanjer

Oppmuntre klubbene til å markedsføre sine signaturprosjekter

Markedsplaner

Materiell

Bistå med rutiner, maler, gode eksempler for bilder, kontakt med lokale medier etc

Bistå klubbene slik at de er mer aktive i sosiale medier

Klubbundersøkelser

Bistå i gjennomgang av hjemmesider og Facebook, innhold og visuell profil

Profilering og varemerke

Enhetlig profilering er viktig!

- Designhåndbok
- My Rotary, Brand Center
- Riktig logo, “Theme logo”, “Areas of Focus”, “End Polio Now”
- Bistå distrikter og klubber ift å lage felles maler for:
 - Brevark
 - Referat
 - Presentasjoner
 - Noen flere?

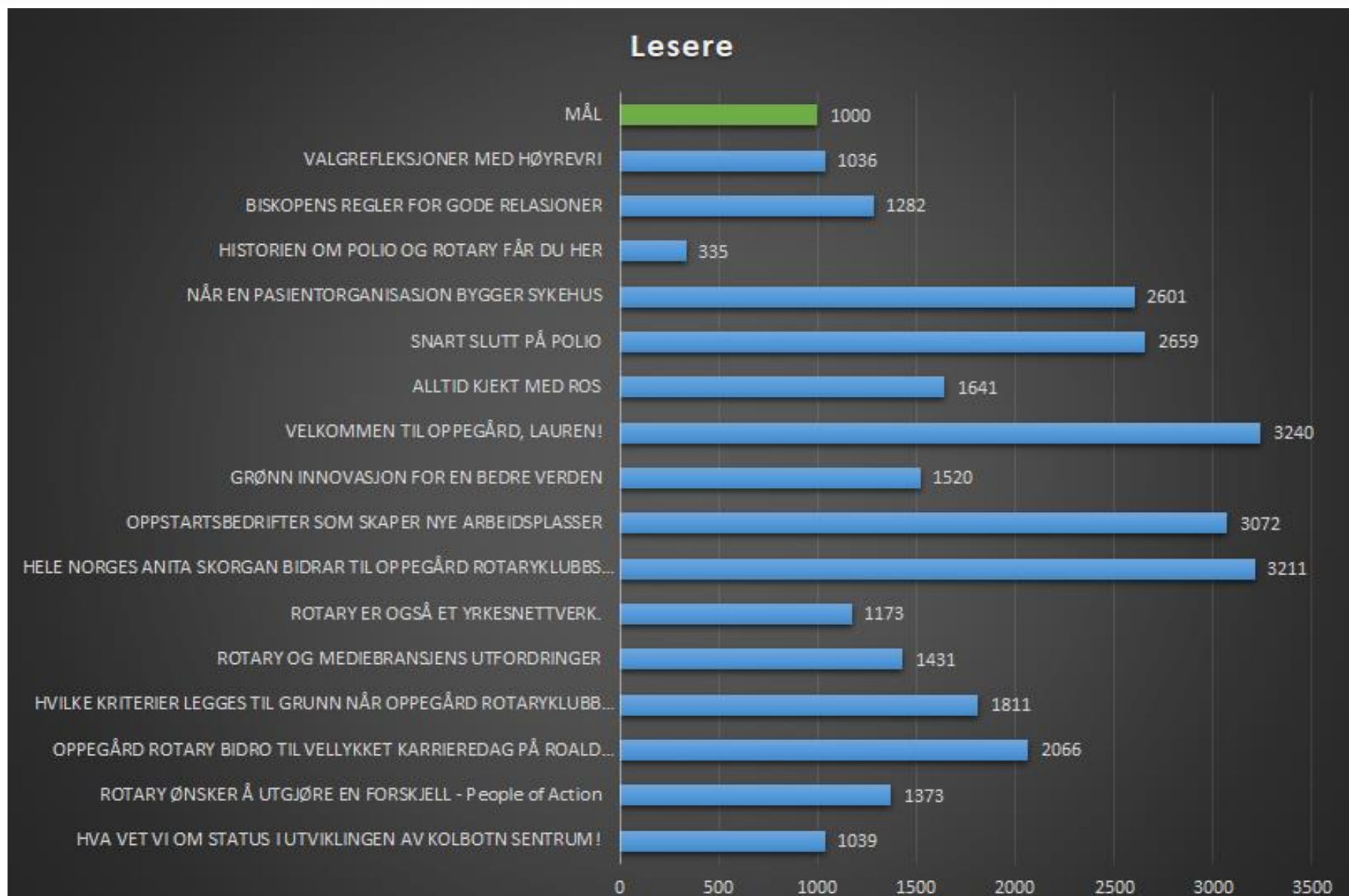
Rotary Leadership Colors		Secondary Colors		Pastels		Neutrals	
Blue PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0	Light Blue PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0	Pink PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0	Teal PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0	Light Grey PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0	Dark Grey PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0	Dark Grey PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0	Dark Grey PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0
Orange PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0	Gold PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0	Purple PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0	Orange PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0	Lavender PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0	Peach PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0	Brown PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0	Black PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0
Dark Blue PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0	Dark Orange PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0	Dark Purple PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0	Dark Orange PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0	Dark Lavender PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0	Dark Peach PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0	Dark Brown PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0	White PMS 276C CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0 CMYK 80/0/0



ROTARY:
MAKING A
DIFFERENCE



Bidra til å sette mål for aktiviteter i sosiale medier – identifisere hva som virker / ikke virker mm



Side

Innboks 8

Varsler

Innsikt

Publiseringsverktøy



Oppegård Rotaryklubb
Opprett sidens @brukernavn

Startside

Om

Bilder

Arrangementer

Videoer

Innlegg

Likt

Følger

Del

...

Se alle

Innlegg



Oppegård Rotaryklubb

Publisert av Ole Morten Ona Ringdal [?] · 4. januar ·

ROTARY ØNSKER Å UTGJØRE EN FORSKJELL. Gjennom handlinger ønsker vi å forbedre lokalsamfunn og den verden vi er endel av. Der andre ser håpløshet - ser vi håp! Der andre ser problemer - ser vi løsninger! Se link til video for en presentasjon av våre aktiviteter



We are People of Action - Rotary
(c) Rotary International 2017 Post produced and remastered...
YOUTUBE.COM

Finn ut mer

2 110 personer nådd

Frem innlegg



Oppegård Rotaryklubb

Publisert av Ole Morten Ona Ringdal [?] · 7. november 2017 ·

VELKOMMEN TIL OPPEGÅRD, LAUREN!. Rotarys utvekslingsprogram for ungdom sørget i år for at Lauren Zweerink (17) er en av flere studenter som får oppleve Norge - tilsvarende får norsk ungdom muligheten til å reise på utenlandsopphold i Rotary-regi. Lauren er fra Canada, og er nå elev ved Roald Amundsens Videregående Skole der hun stortrives på idrettslinjen sammen med mange nye norske venner. Laurens motiv for å reise ut i Rotary-regi er å lære mer om verden, andre kulturer og skaffe seg nye venner.

Les mer om utvekslingsprogrammet og finn link til søknadsskjema på: <http://oppegard.rotary.no/no/nyhetsdetaljer/67#.WgG2HtPWYUk>



Nyhetsdetaljer | OPPEGÅRD ROTARYKLUBB

Lauren er nå elev ved Roald Amundsens Videregående og stortrives på idrettslinjen sammen med mange nye norske venner. Hun kunne ikke et ord norsk når hun kom hit, men har hatt en bratt lærecurve og forstår nå veldig mye av det som blir sagt i...

OPPEGARD.ROTARY.NO

Finn ut mer

- Bygge innsikt om egen klubb og medlemmene
- Innsikt som kan gi kunnskap og retning

Oppegård rotaryklubb

Sideittel

1. Klubbens humanitære prosjekter er viktigste årsak til at jeg er med i Rotary



2. Klubbens yrkesbaserte nettverk er viktigste årsak til at jeg er medlem i Rotary



3. Klubben evner å tiltrekke seg nye og yngre medlemmer



4. Klubben har mangfold i yrker, kjønn, alder, bakgrunn



5. Klubben har flinke medlemmer som ledere i klubben



6. Klubben har spennende foredrag og foredragsholdere



7. Medlemmene har det hyggelig og trivelig sammen



8. Rotarymedlemskapet innfrir mine forventninger



9. Hvor sannsynlig er det at du er medlem i Rotary om 1-2 år



Hypotese: Bekrefter viktigheten av synlige og gode humanitære prosjekter

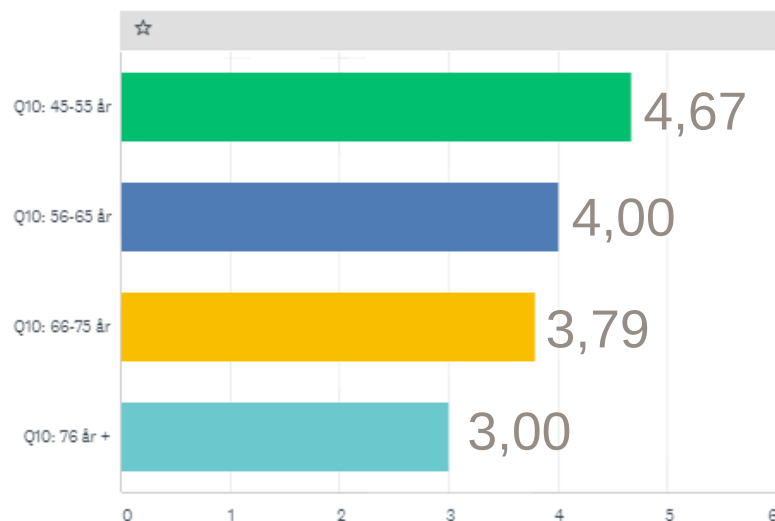
S1

Tilpass

Eksporter ▼

Klubbens humanitære prosjekter er viktigste årsak til at jeg er med i Rotary

Besvart: 52 Hoppet over: 0



☆	1	2	3	4	5	6	TOTALT	VEKTET GJENNOMSNITT
▼ Q10: 45-55 år	16,67% 1	0,00% 0	0,00% 0	16,67% 1	16,67% 1	50,00% 3	11,54% 6	4,67
▼ Q10: 56-65 år	6,25% 1	0,00% 0	25,00% 4	37,50% 6	18,75% 3	12,50% 2	30,77% 16	4,00
▼ Q10: 66-75 år	4,17% 1	16,67% 4	20,83% 5	25,00% 6	20,83% 5	12,50% 3	46,15% 24	3,79
▼ Q10: 76 år +	33,33% 2	0,00% 0	33,33% 2	16,67% 1	0,00% 0	16,67% 1	11,54% 6	3,00

Hypotese: Bekrefter at vi ikke har nødvendig mangfold ift å tiltrekke oss nye, yngre medlemmer og partnere

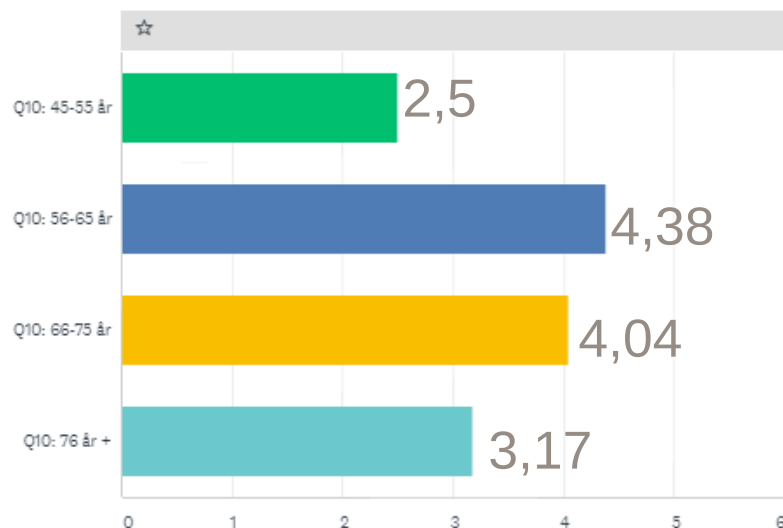
S4

Tilpass

Eksporter ▼

Klubben har mangfold i yrker, kjønn, alder, bakgrunn

Besvart: 52 Hoppet over: 0



☆	1	2	3	4	5	6	TOTALT	VEKTET GJENNOMSNIITT
Q10: 45-55 år	0,00% 0	50,00% 3	50,00% 3	0,00% 0	0,00% 0	0,00% 0	11,54% 6	2,50
Q10: 56-65 år	0,00% 0	12,50% 2	6,25% 1	31,25% 5	31,25% 5	18,75% 3	30,77% 16	4,38
Q10: 66-75 år	4,17% 1	4,17% 1	16,67% 4	37,50% 9	33,33% 8	4,17% 1	46,15% 24	4,04
Q10: 76 år +	16,67% 1	0,00% 0	50,00% 3	16,67% 1	16,67% 1	0,00% 0	11,54% 6	3,17

Hypotese: Bekrefter at vi har en utfordring knyttet til nyrekruttering «whats in it for me»

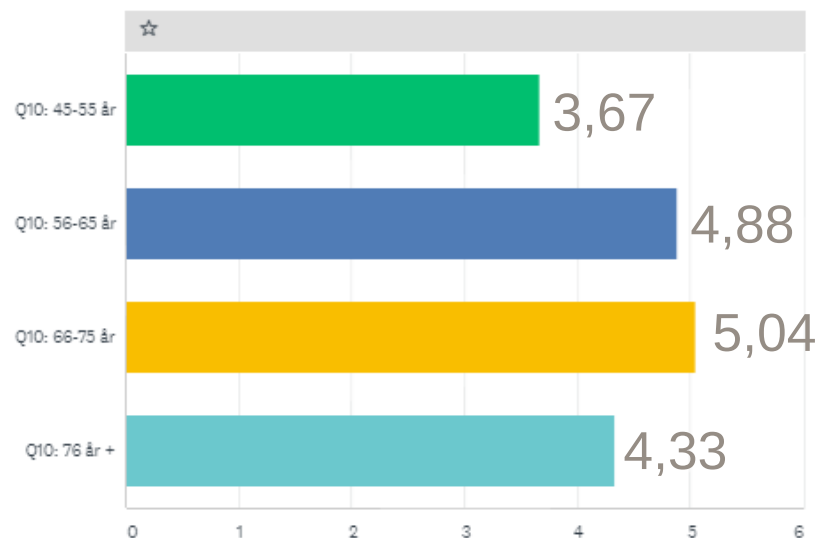
S8

Tilpass

Eksporter ▼

Rotarymedlemskapet innfrir mine forventninger

Besvart: 52 Hoppet over: 0



☆								
▼	1 ▼	2 ▼	3 ▼	4 ▼	5 ▼	6 ▼	TOTALT ▼	VEKTET GJENNOMSNITT ▼
▼ Q10: 45-55 år	0,00% 0	16,67% 1	33,33% 2	16,67% 1	33,33% 2	0,00% 0	11,54% 6	3,67
▼ Q10: 56-65 år	0,00% 0	12,50% 2	0,00% 0	18,75% 3	25,00% 4	43,75% 7	30,77% 16	4,88
▼ Q10: 66-75 år	0,00% 0	4,17% 1	0,00% 0	12,50% 3	54,17% 13	29,17% 7	46,15% 24	5,04
▼ Q10: 76 år +	0,00% 0	0,00% 0	16,67% 1	33,33% 2	50,00% 3	0,00% 0	11,54% 6	4,33

Hypotese: Bekrefter at vi har behov for en vitalisering av klubber, distrikter og Norfo

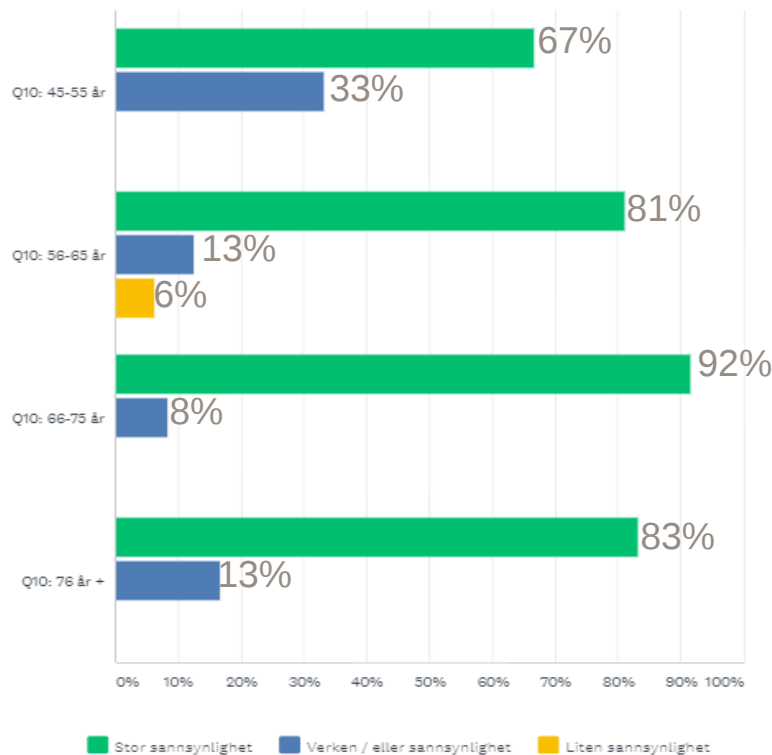
S9

Tilpass

Eksporter ▼

Hvor sannsynlig er det at du er medlem i Rotary om 1-2 år

Besvart: 52 Hoppet over: 0



	STOR SANNSYNLIGHET	VERKEN / ELLER SANNSYNLIGHET	LITEN SANNSYNLIGHET	TOTALT
Q10: 45-55 år	66,67% 4	33,33% 2	0,00% 0	11,54% 6
Q10: 56-65 år	81,25% 13	12,50% 2	6,25% 1	30,77% 16
Q10: 66-75 år	91,67% 22	8,33% 2	0,00% 0	46,15% 24
Q10: 76 år +	83,33% 5	16,67% 1	0,00% 0	11,54% 6
Totalt antall respondenter	44	7	1	52

SPØRSMÅL?

TAKK FOR MEG !

"LEDER KK, OLE MORTEN ONA RINGDAL« **LEDERKK@ROTARY.NO**
MOBIL 90 91 89 59