

Hallands 4Hs Kommunikationspolicy

Introduktion

Hallands 4H är en ideell ungdomsorganisation som är partipolitiskt och religiöst obunden. Vi är en del av Riksförbundet Sveriges 4H.

4H:s vision är att alla barn och ungdomar ska utvecklas till engagerade, välmående och ansvarstagande människor med respekt för omvärlden.

4H står för Huvud – Kunskap, Hjärta – Medmänsklighet, Hand – Färdighet, Hälsa – Sunt levnadssätt.

Ansvarsfördelning

Verksamhetsledaren har övergripande ansvar för Hallands 4H:s informationsgivning. Respektive instruktör har ansvar för sitt område.

Ledord för vår kommunikation

Kommunikation från Hallands 4H och våra relationer med intressenter ska kännetecknas av:

Snabbhet

I Hallands 4H ska vi vara snabba på att förmedla aktuell information. Vi ska agera proaktivt, såväl internt som externt. Vi skall även vara snabba på att möta respons och frågor. Information ska förmedlas på ett sådant sätt att den blir tillgänglig för alla intressenter samtidigt.

Delaktighet

Högt i tak skall gälla. Vi tror att ett fritt idéutbyte inom föreningen utvecklar verksamheten. Delaktighet skapar engagemang, bra kommunikation höjer motivationen. Principen om delaktighet gäller all nyhetsinformation som berör personal och medlemmar. Som regel gäller att personalen ska få kännedom om varje nyhet av vikt, innan den offentliggörs.

Kvalitet

Vår information, inåt som utåt, ska vara saklig, korrekt och relevant för sina mottagare.

Vi mottagaranpassar vår information och är måna om att uttrycka oss begripligt i vår kommunikation med omvärlden. Vi jobbar för att undvika internt språk som kan bli exkluderande för nytillkomna.

Hantering av sekretessbelagd information ska hanteras varsamt och inte spridas till fler än nödvändigt. Samt följa Svensk lagstiftning.

Vi vill vara kända som en förening som är transparenta och som ger tillförlitlig information.

Kommunikationen ska syfta till att bygga förtroende och skapa långsiktiga relationer.



Extern kommunikation - Marknadsföring, Press och Media

Syfte

Arbetet med marknadsföring strävar efter att genom varumärkesbyggande åtgärder stärka bilden av Hallands 4H. Samt öka kännedom om föreningen och dess verksamhet bland befintliga och nya medlemmar, samarbetspartners, bidragsgivare med flera.

Målet är att:

Stärka bilden av Hallands 4H som en medlemsstyrd organisation samt en professionell arrangör av barn- och ungdomsaktiviteter. På detta sätt öka deltagandet på våra aktiviteter genom att attrahera nya medlemmar samt öka lojaliteten bland befintliga medlemmar. Målet är också att stärka bilden av Hallands 4H som en seriös projektägare och förtroendeingivande partner för bidragsgivare.

Kanaler

Hallands 4H:s primära kommunikationskanaler för extern kommunikation är:

- Föreningens webbplats, Facebooksida samt nyhetsbrev
- Tryck; annonskampanjer, broschyrer, medlemstidningarna fyrväplingen och Klöverbladet
- Övrigt: face to face, medlemsaktiviteter, filmer

Vem får uttala sig?

Verksamhetsledaren har en samordnande roll för marknadsföring och instruktörerna ansvarar för sina verksamhetsområden och agerar i samråd med verksamhetsledaren.

Ansvar att agera som talesperson för Hallands 4H ligger hos verksamhetsledaren och länsförbundsordförande. Dock har all personal och alla medlemmar rätt att uttala sig i föreningens namn, så länge man följer föreningens värdegrund, stadgar och riktlinjer.

Tilläggs ska att man som anställd eller medlem inte har någon skyldighet att uttala sig. Blir man kontaktad av media får man gärna hänvisa till verksamhetsledaren eller länsförbundsordförande.

Vid olycka

Vid olycka eller allvarigare tillbud ska press hänvisas till länsförbundsordförande eller verksamhetsledare som är de enda som får uttala sig i dessa fall.

Internkommunikation

Syfte

Hallands 4Hs arbete med internkommunikation syftar till att öka anställda och medlemmars kunskaper om föreningens olika delar. Samt skapa en positiv bild av Hallands 4H som arbetsgivare och medlemsorganisation. Där till öka effektiviteten av interna beslut och processer genom informationsspridning i föreningens olika beslutsfattande grupperingar. Kommunikation är en förutsättning för anställda och medlemmars engagemang och deltagande.

Kanaler och aktiviteter

- Mail och nyhetsbrev
- Muntlig och skriftlig kommunikation mellan anställda och medlemmar



Tillägg: Facebookgrupper kan vara ett bra alternativ för kommunikation mellan olika grupper, men tänk på att intern kommunikation bör ske i slutna grupper eller privata meddelanden om informationen inte är relevant eller lämplig för alla.

Ansvar

Vi har alla ett ansvar att internkommunikation sker på ett korrekt sätt. Framför allt talar vi med varandra inte om varandra.

Sammanställande i grupper och anställda har ansvar för att kommunikation sker så att alla berörda bli nådda inom deras verksamhetsområde.

Skrivinstruktioner

De dokument som vi skriver är också en viktig del av vår marknadsföring. Vi vill visa ett enhetligt utseende utåt som kännetecknar Hallands 4H. För att kunna göra det har vi tagit fram en enhetlig layout och en skrivinstruktion.

I Hallands 4H använder vi typsnitten:

- Calibri
- Arial
- Charlotte Sans Std Book

Logotypen går att ladda ner på 4h.se (inga andra logotyper är godkända)

Språket

När du författar till exempel ett brev eller ett beslut, ska språket vara så klart och entydigt att det inte lämnar utrymme för missförstånd. Anpassa språket efter ämnet och mottagaren.

- Skriv kort
- Skriv enkelt
- Skriv rätt

Stavfel och språkfel kan göra att mottagaren misstror din och klubbens kompetens även på andra områden. Använd Words rättstavningsprogram och/eller språkkontroll.

I största möjliga mån bör endast svenska användas. Detta för att minska språkförbistringar. Undantag görs då man önskar nå en internationell målgrupp. I dessa fall bör det finnas en svensk översättning.

Förkortningar

Första gången ordet används skrivs förkortningen inom parentes för förståelsens skull, därefter kan förkortningen användas, till exempel Central Funktionärskurs (CFK). Generellt bör du undvika att använda förkortningar, de minskar förståelsen för ex. nya medlemmar.

Uppföljning och implementering

Innehållet i denna policy revideras och uppdateras årligen av länsförbundsstyrelsen. Alla anställda samt länsförbundsstyrelsen ansvarar för att säkerställa att denna policy är känd och efterlevs inom sina ansvarsområden.

