

# Wasa Fotbollsakademi

## Kommunikationsplan

# Innehåll

<b>Inledning</b>	<b>2</b>
1.1 Verksamhetsidé och värderingar	2
1.2 Föreningens strategi	3
1.3 Intern och extern kommunikation samt målgrupper	3
1.4 Upprätthållande och ansvar	3
1.5 Hantering av personuppgifter	4
<b>2. Lagens kommunikation</b>	<b>5</b>
2.1 Intern kommunikation	5
2.2 Extern kommunikation	5
<b>3. Föreningens kommunikation</b>	<b>7</b>
3.1 Intern kommunikation	7
3.2 Extern kommunikation	8
<b>4. Kriskommunikation</b>	<b>10</b>
<b>BILAGA 1: Föreningens grafiska profil</b>	
<b>BILAGA 2: Årsklocka för kommunikation</b>	
<b>BILAGA 3: Riktlinjer för sociala medier</b>	

# 1. Inledning

Bra kommunikation är en av nycklarna för att skapa tydlighet och gemenskap inom Wasa Fotbollsakademi (WFA) och för att vidareutveckla och höja kvaliteten på verksamheten ytterligare. Internt innebär en god kommunikation en större smidighet när det gäller olika riktlinjer, rutiner och moment samt en positiv kultur och vi-anda. Externt handlar kommunikationen både om att visa vem vi är som förening och även om att skapa och upprätthålla en positiv bild av verksamheten.

Denna handlingsplan syftar till att klargöra hur vi kommunicerar, vem som kommunicerar vad, samt vilka kanaler som används och när.

## 1.1 Verksamhetsidé och värderingar

Wasa Fotbollsakademi är ett samarbete mellan fotbollsföreningar i Vasaregionen med syftet att utveckla och stärka medlemsföreningarnas fotbollskunnande och erbjuda alla juniorer spelarstigar så att de kan spela fotboll på lämplig nivå.

En gemensam fotbollslinje (läroplan) för alla medlemsföreningar är en central del för att underlätta övergången till gemensamma lag i ungdomsåldrarna. Genom att ständigt utbilda och stöda tränarna och ledarna i det dagliga arbetet samt erbjuda spelarna olika träningsmöjligheter (exempelvis morgonträning och extraträningar) är WFA det självklara alternativet för spelaren och tränaren.

- Tillsammans bygger vi WFA för att möjliggöra fotboll för alla
- Tillsammans skapar vi en kvalitativ verksamhet för medlemsföreningarnas juniorer
- Tillsammans sporrar och stärker vi varandra
- Tillsammans är vi starka!

Våra värderingar skall genomsyra hela vår verksamhet och synas i föreningens vardag. Dessa är:

**För alla:** Alla fotbollsintresserade är välkomna med i verksamheten.

**Strävan efter förbättring:** Vi gör vårt bästa, vill utvecklas och lära nytt.

**Respekt:** Vi respekterar varandra och har en positiv attityd.

**Tillhörighet:** Tillsammans är vi starka! Genom en god gemenskap, vi-anda och en positiv kultur främjar vi allas trivsel i vår förening.

Vår övergripande målbild är:

*Tillsammans för barns och ungas välmående samt för deras fotbollsdrömmar.*

## 1.2 Föreningens strategi

En kort beskrivning av föreningens strategi för 2022-2024 finns presenterad på vår hemsida. Föreningens byggstenar för dessa år är:

- Attraktiv verksamhet
- Välutbildade tränare och ledare
- Kommunikation, organisation och struktur

## 1.3 Intern och extern kommunikation samt målgrupper

Wasa Fotbollsakademis informationsstrategi kan delas i interna samt externa informationskanaler. Den interna kommunikationens målgrupp är:

- Tränarna, lagledarna
- Spelarna
- Spelarnas vårdnadshavare
- Styrelsen
- Medlemsföreningarna

Den externa kommunikationen sker via föreningens hemsida [www.wasafotbollsakademi.fi](http://www.wasafotbollsakademi.fi), samt via sociala kanalerna Facebook och Instagram. Dessa kanaler kompletterar hemsidan och ger synlighet till de enskilda lagens verksamhet. Målgruppen för den externa kommunikationen är:

- Nuvarande spelare och vårdnadshavare
- Potentiella nya spelare och vårdnadshavare
- Före detta spelare och vårdnadshavare
- Fotbollslag runt om i Finland
- Sponsorer och övriga intressegrupper
- Övriga fotbollsintresserade i nejden

## 1.4 Upprätthållande och ansvar

Styrelseordförande bär det övergripande ansvaret för kommunikationen och informationsfrågor som berör föreningen. Den dagliga kommunikationen sköts av verksamhetsledare och sportchef som är föreningens heltidsanställda.

Verksamhetsledaren är huvudansvarig för uppdatering av information i de externa kommunikationskanalerna (hemsida, sociala medier). Verksamhetsledaren sköter kontakten till lagen för att samla material till kanalerna samt publicerar lämpligt innehåll enligt planen för extern kommunikation (se kapitel 3.2).

Lösenord och tillgänglighet till konton har verksamhetsledare samt av styrelsen ansvarig person.

## 1.5 Hantering av personuppgifter

Personuppgifter skall uteslutande hanteras i verksamhetssystemet Jopox och Bollförbundets system för registrering och hantering av spelare och ledare (Pelipaikka och TASO). I och med säsongsanmälan ger juniorernas vårdnadshavare samt myndiga spelare/ledare tillstånd att behandla personuppgifter. Hela dataskyddsbeskrivningen finns här: <https://www.wasafotbollsakademi.fi/tietosuojaseloste>

Vårdnadshavare kan ge tillstånd om att publicera minderåriga spelares namn och bild via Jopox. Myndiga personer kan ge detta tillstånd själva. Det är möjligt att upphäva tillståndet när som helst.

När man önskar publicera närbilder på spelare/ledare eller fotografier där bild och namn sammankopplas ska man alltid först kontrollera via Jopox om föreningen har fått behövligt tillstånd. Bilder på tränings- och spelsituationer som tas på avstånd och där spelare inte enkelt kan identifieras kan man fritt publicera.

## 2. Lagens kommunikation

Tydlig intern kommunikation i lagen underlättar lagens vardag, medan en informativ och inspirerande extern kommunikation ger laget en positiv synlighet och kan även locka nya spelare till laget.

### 2.1 Intern kommunikation

Den interna kommunikationen inom ett lag sker mellan lagledningen och spelarna samt spelarnas vårdnadshavare. Det är lagledaren som har ansvaret för kommunikationen, med stöd av tränarna. Syftet är att ge spelarna och deras vårdnadshavare den information som behövs för att delta i lagets verksamhet.

Interna kommunikationskanaler:

Jopox:

- Information om lagets verksamhet (träningar, matcher, talkon, eventuella övriga evenemang)
- Anmälan in/ut till ovannämnda evenemang.

Personlig kontakt:

- Minst två föräldramöten per år ordnas. Strävan efter att ordna dessa med fysisk närvaro, men om detta inte är möjligt ordnas de på distans.
- Individuella utvecklingsmöten för spelare med tränaren (vårdnadshavare får närvara).

Hemsidan [www.wasafotbollsakademi.fi](http://www.wasafotbollsakademi.fi)

- Föräldrar kan hänvisas till denna sida för bland annat mera information om föreningens verksamhet samt för säsongsanmälan och anmälan till grupper för extra träning.

Sociala medier:

- Chattverktyg som exempelvis WhatsApp kan användas som komplement till Jopox, framför allt vid brådskande information och diskussioner (som är av intresse för hela gruppen).

### 2.2 Extern kommunikation

En del av lagets externa kommunikation innefattar kommunikation med andra föreningars lag, Bollförbundet, sponsorer och turneringsarrangörer. I dessa fall syftar den externa kommunikationen till utbyte av information. Den externa kommunikationen innefattar även att ge målgrupperna (beskrivna i kap 1.2) en bredare bild av vad som händer i verksamheten och det positiva "go" som finns samt för att förhoppningsvis locka nya spelare.

Externa kommunikationskanaler:

E-post:

- Kommunikation med t.ex. andra föreningars lag, Bollförbundet, sponsorer och turneringsarrangörer sker oftast smidigast via e-post.
- E-post kan även användas för att sända längre text och bilagor till enskilda vårdnadshavare. E-postlistor med vårdnadshavarnas kontaktuppgifter bör dock inte skapas. Vill man nå alla vårdnadshavare samtidigt kan man sända e-post via Jopox.
- Lagen har möjlighet att få en WFA-e-postadress för detta syfte.

Hemsidan [www.wasafotbollsakademi.fi](http://www.wasafotbollsakademi.fi)

- Lagen kan publicera egna nyheter på sina undersidor.
- Kalendern bör användas för att lägga in matcher.

Sociala medier:

- Lagledningen tillsammans med vårdnadshavarna bör komma överens om man anser att ett konto på sociala medier skall skapas för laget där lagets verksamhet presenteras. Här ska man diskutera vilket syftet med kontot är, principerna för användningen av det samt vem som är huvudansvarig för att upprätthålla och uppdatera kontot. Alla konton på sociala medier bör följa riktlinjerna i denna kommunikationsplan och bilagan "Riktlinjer för användningen av sociala medier".
- Wasa Fotbollsakademi ansvarar inte för lagens enskilda publiceringar eller konton.
- Wasa Fotbollsakademi vill att gamla, icke-aktuella konton raderas.

## 3. Föreningens kommunikation

Föreningens interna kommunikation riktar sig främst till lagen (tränarna, lagledarna och spelarna), medlemsföreningarna, styrelsen och även i viss mån till vårdnadshavarna. Den externa kommunikationen riktar sig till en bredare målgrupp som innefattar bland annat, utöver ovannämnda, även tidigare spelare, potentiella spelare, andra föreningar, sponsorer och fotbollsintresserade i stort.

### 3.1 Intern kommunikation

Målgrupperna för föreningens interna kommunikation är i första hand tränarna och lagledarna, men också i vissa fall styrgruppsordförandena, spelarna och spelarnas vårdnadshavare. Syftet med kommunikationen är att förse dessa personer med information som behövs för att bedriva och delta i verksamheten. Föreningen kommunicerar även med medlemsföreningarna i syfte att ge dem behövlig information om verksamheten. När det gäller den sportsliga biten är det sportchefen som är ansvarig för kommunikationen, medan verksamhetsledaren kommunicerar övrigt.

De interna kommunikationskanalerna är:

Jopox

- Tränarna och lagledarna har ett eget "omklädningsrum" där viktiga dokument för verksamheten laddas upp i materialbanken.
- Genom Jopox kan information sändas ut till samtliga vårdnadshavare gällande information som berör alla.

E-post:

- E-post listor för tränare, lagledare, kassörer och styrgruppsordförande används av verksamhetsledare och sportchef för att kommunicera med dessa funktionärer.
- Information till medlemsföreningarna kommuniceras genom styrelsen via e-post.

Personlig kontakt:

- Spelar-, tränar-, lagledar- och föräldramöten strävas efter att ordnas med fysisk närvaro i mån av möjlighet.
- Sportchefen har regelbundna möten med tränarna.
- Verksamhetsledaren har regelbundna möten med lagledarna.
- Ungefär 2-4 ggr/år ordnas gemensamma informationsmöten för tränarna, lagledarna och styrgruppsordförandena.



## 3.2 Extern kommunikation

Syftet med den externa kommunikationen är att visa hurudan förening Wasa Fotbollsakademi är; vilken verksamhet vi bedriver och vilka våra värderingar är. Informationen ska vara informativ och saklig, men också presentera verksamheten på ett positivt och attraktivt sätt. Informationen skall följa Wasa Fotbollsakademis värdegrund: För alla, Strävan efter förbättring, Respekt och Tillhörighet. Juniorerna ska få positiv synlighet och alla lag inom Wasa Fotbollsakademi ska vara presenterade i de olika kanalerna. Verksamhetsledaren är huvudansvarig för uppdatering av information i de externa kommunikationskanalerna.

De huvudsakliga kanalerna för extern kommunikation är:

Hemsidan [www.wasafotbollsakademi.fi](http://www.wasafotbollsakademi.fi)

- Hemsidan skall vara informativ, lättnavigerad och ge en bra bild av verksamheten.
- På hemsidan skall finnas:
  - Allmän information
  - Strategier och verksamhetsplan
  - Information för spelare, tränare och föräldrar
  - Information om verksamheten
  - Kontaktuppgifter
  - Laginformation
  - Anmälningar
- Nyheter på huvudsidan kan t.ex. handla om:
  - Information om exempelvis nya riktlinjer och instruktioner
  - Evenemang
  - Jubileer, utmärkelser och bedrifter
  - Presentation av funktionärer
  - Bildande av nya lag
  - Rekrytering av personal och funktionärer
  - Kallelse till föreningsmöte
  - Försäljningar
  - Nyheter av stort allmänintresse

Sociala medier

- Genom sociala medier når föreningen ut till allmänheten på ett snabbt och smidigt sätt.
- Föreningen har konton på Facebook och Instagram. På dessa bör inlägg publiceras med lagom intervall (Instagram 1-2 inlägg/vecka, Facebook 2-4 inlägg/månad) enligt följande riktlinjer:
  - Facebook:
    - Fungerar som en "anslagstavla" och informationskanal.
    - Presenterar verksamheten i början av säsongen samt förmedlar aktuell information under säsongen.
    - Delar aktualiteter som berör fotboll nationellt.
    - Presenterar större evenemang som lagen deltar i under säsongen.
  - Instagram:

- Presenterar lagen. Alla lag skall få inlägg under året.
  - Uppmärksammar olika evenemang under året.
  - Varje lag uppmanas dela bilder från aktiviteter under säsongen. Dessa delges personen som administrerar SOME inom Wasa Fotbollsakademi (verksamhetsledaren).
  - Önskvärt är att lagen taggar Wasa Fotbollsakademis officiella konto när de gör sina inlägg.
  - Wasa Fotbollsakademi taggar ifrågavarande lags instagramkonto (om sådant finns) vid publicering av bilder gällande det specifika laget.
- Inläggen ska följa föreningens strategi och riktlinjer.
  - Eventuell betald marknadsföring i sociala medier kan användas med godkännande av föreningens styrelse. Detta kan ske exempelvis vid marknadsföring av nya lag eller rekrytering av tränare.

#### Media

- Pressmeddelanden och -tillfällen ordnas enbart med anledning av nyheter med speciell betydelse, vilket torde hända relativt sällan. För eventuella intervjuer bokas plats i samråd med reportern, förslagsvis vid någon fotbollsplan eller Wasa Fotbollsakademis kansli. Vid eventuella större presstillfällen bokas ett större utrymme. För det specifika tillfället bildas en arbetsgrupp som bestämmer vad som ska kommuniceras och hur, vilka media som skall bjudas in o.s.v. Sammanställning av eventuella pressmeddelanden sker i den operativa ledningsgruppen.
- Föreningens styrelseordförande är huvudsaklig kontaktperson mot media vid förfrågningar om intervjuer. Hen kan välja att delegera uppgiften till annan person som är mera insatt i frågan.

#### Målsättning:

- Wasa Fotbollsakademi vill utveckla sina externa kommunikationskanaler för att tydliggöra kommunikationen och effektivisera informationsgången.
- En positiv interaktion med målgruppen via sociala medier.
- Flera besökare på föreningens hemsida.
- Flera personer som följer Wasa Fotbollsakademi på sociala medier.
- Flick- och pojklagen får lika mycket synlighet i Wasa Fotbollsakademis externa kommunikationskanaler.

## 4. Kriskommunikation

Föreningen behöver vara förberedd på att överraskande och krävande situationer kan uppstå där det förväntas en tydlig kommunikation av föreningen. Behovet av kriskommunikation kan uppstå vid exempelvis följande situationer; olyckor med personskador eller dödsfall, hotande situationer, ekonomiska svårigheter, osakligt beteende och ryktesspridning. Vissa av dessa situationer är omöjliga att förutspå eller påverka. Wasa Fotbollsakademi strävar efter att förbereda sig för att överraskande och krävande situationer uppstår genom att exempelvis gör olika riktlinjer för verksamheten, såsom föreningens säkerhetsplan och planen mot kränkande handlingar.

Wasa Fotbollsakademis styrelseordförande ansvarar för föreningens kriskommunikation. Om en situation uppstår som bedöms vara/kunna bli en kris bör styrelseordförande kontaktas omedelbart per telefon. Om hen inte är anträffbar kontaktas föreningens viceordförande, eller annan medlem i styrelsen. Kontaktuppgifter finns på hemsidan.

Efter att ha fått kännedom om saken sammankallas föreningens utsedda krisgrupp (=operativa ledningsgruppen). Mötet äger rum vid Wasa Fotbollsakademis kansli, alternativt via Google Meet. Styrelseordförande kan i detta skede utse annan person att leda krisarbetet. Krisgruppen tar reda på så mycket som möjligt om situationen och bedömer hur den skall hanteras.

Genast krisgruppen samlat pålitlig fakta ska de närmast berörda informeras. Efter det sker den första externa kommunikationen via hemsidan, facebook-sidan och/eller instagram. Den skall innehålla kort och saklig information om det som hänt, vilka som varit inblandade (viktigt att ta i beaktande personernas integritet), vilka skador som uppstått och vilka de planerade åtgärderna är. Samtidigt bör informeras vem som är föreningens kontaktperson samt när man ämnar publicera mera information om läget.

Om situationen innebär involvering av myndigheter, är det alltid myndigheterna som har ansvar för kommunikationen. I dessa fall bör föreningen noga överväga vad som kommuniceras och när.

Föreningens ordförande eller den person som utsetts att leda krisarbetet bestämmer när krisläget avslutas och meddelar allmänheten om att kriskommunikationen upphör.

## **BILAGA 1: FÖRENINGENS GRAFISKA PROFIL**

### Föreningens namn:

Wasa Fotbollsakademi förkortas WFA och denna förkortning kan användas i samtliga sammanhang inom Finland.

### Föreningens färger:

Föreningens färger är mörkblå och orange.

### Hemmaspeldräkt:

Hemmaspeldräkten består av mörkblå spelskjorta, mörkblå shorts och mörkblå strumpor.

### Bortaspeldräkt:

Bortaspeldräkten består av orange spelskjorta, orange shorts och mörkblå strumpor.

### Träningskläder:

Färger som kan användas på träningskläder är mörkblå och orange.

### Föreningens logo:

Föreningens logo är i första hand den som har orange botten med blå (och vit text). När denna inte går att använda (t.ex. på grund av bakgrundsfärg) används den som har mörkblå botten med orange (och vit text). Logon kan laddas ner från föreningens intranät.

## BILAGA 2: ÅRSKLOCKA FÖR KOMMUNIKATION

Månad	Intern kommunikation	Extern kommunikation
<b>Januari</b>	Föreningsmöte Informationsmöte (lagledning) Vårens tränarutbildningar	Liiga Pohjoinen-kval spelas
<b>Februari</b>	Anmälan till idrottsprofilering Ev kompletterande klädbeställning (mars)	
<b>Mars</b>	Lagfotografering	Presentation av lagen på sociala medier Anmälan till WFA-turnering
<b>April</b>		Serierna startar WFA-turnering
<b>Maj</b>	Trivselundersökning (spelare)	Anmälan till sommarfotbollsskolor
<b>Juni</b>	Ev kompletterande klädbeställning	Skolavslutning Sommarfotbollsskolor
<b>Juli</b>		Wasa Footballcup
<b>Augusti</b>	Höstens tränarutbildningar	Skolan börjar Information om nya WFA-lag Information om hybridår
<b>September</b>	Föreningens höstmöte Säsongsanmälan Trivselundersökning (spelare, tränare, föräldrar)	Anmälan till Extra träningar Föreningsskjortans dag #seurapaitapäivä Tränardagen #tacktränaren
<b>Oktober</b>	Säsongsavslutning	
<b>November</b>	Informationsmöte (lagledning)	Hobbyveckan #harrastusviikko
<b>December</b>	Beställning av spel- och träningskläder Julhälsning	Julhälsning

Kommunikation om vardagliga ärenden sker fortlöpande.

## BILAGA 3: RIKTLINJER FÖR SOCIALA MEDIER

Wasa Fotbollsakademi använder sig av sociala medier för att kunna presentera sin verksamhet för intresserade, ge en attraktiv bild av verksamheten samt för att snabbt kunna kommunicera med allmänheten. Genom synlighet i sociala medier vill vi lyfta upp sådant som är viktigt för oss som förening, det vill säga våra värderingar och lagens verksamhet.

Wasa Fotbollsakademi har ett Facebook-konto (Wasa Fotbollsakademi) och ett Instagram-konto (@wasafotbollsakademi). Verksamhetsledaren administrerar dessa båda. Lag kan få inlägg publicerade på Wasa Fotbollsakademis officiella konton genom att förse verksamhetsledaren med material. Verksamhetsledaren bedömer i vilken utsträckning dylika publiceras via officiella kontot, i enlighet med riktlinjerna i kommunikationsplanen. Lagen själva får även skapa egna konton på sociala medier. De bör då följa riktlinjerna i kommunikationsplanen, samt dessa riktlinjer för sociala medier. De enskilda lagen får gärna vara med och stödja föreningens kommunikation genom att dela inlägg, gilla och kommentera.

Checklista för publicering av inlägg på sociala medier:

1. Är inlägget positivt och i linje med föreningens värderingar?
2. Är inlägget intressant och relevant för kontots följare/målgruppen?
3. Är inlägget bra för lagets och föreningens rykte?
4. Om avsikten är att publicera bilder på personer som kan kännas igen, kolla före att ni har lov av personerna att publicera dessa.
5. Tänk på vad som är acceptabelt att diskutera offentligt. Föreningens och lagens interna saker hör inte hemma på sociala medier.
6. Tonen och stilen vi använder på sociala medier skall vara uteslutande positiv. Kritisera t.ex. inte andra föreningar, lag eller domare där. Om något behöver redas ut bör det ske via andra kanaler än sociala medier.
7. Lagg endast ut saker ni kan stå för även personligen. Känner man sig osäker på ett inlägg bör man avstå från att publicera det.
8. Rätta eventuella misstag genast och öppet istället för att försöka gömma dem.