

- CONCEPT -



Communicatieplan 2019 – 2021

1. Introductie

Tweede helft 2018 is er een enquête onder de leden van THOR gehouden die specifiek inging op het onderwerp communicatie in de breedste zin van het woord. In het licht hiervan is een werkgroep opgericht die het verzoek heeft gekregen de resultaten te verwerken in het bestaande communicatieplan van 2016. Het bestuur heeft besloten om de bestaande missie van de vereniging en visie op communicatie, te toetsen aan de huidige situatie.

2. Missie vereniging

De ARSV THOR wil in de Roosendaalse leefgemeenschap en omgeving een sociale ontmoetingsplaats zijn voor al diegenen die actief willen sporten en/of bewegen. Wedstrijdatletiek en recreatieve sporten vormen hierbij de basis. Zo wil THOR als vereniging een bijdrage leveren aan een sportieve en gezonde leefgemeenschap.

3. Visie

ARSV THOR wil haar missie bereiken door mensen te interesseren, te motiveren en daartoe te stimuleren. Dit doet THOR door het structureel organiseren en aanbieden van sport- en beweggerichte activiteiten voor deelnemers van alle leeftijden en op verschillende niveaus. Sinds haar oprichting is de vereniging THOR een mensgerichte organisatie.

4. Visie op communicatie

Communicatie heeft een essentiële rol in de groei en het succes van de vereniging gehad. Dat willen we graag zo houden. Echter, we leven in een tijd van digitalisering en individualisering en daarom is een goede informatiestroom én persoonlijke communicatie noodzakelijk om de groei en het succes van de vereniging te kunnen blijven waarborgen.

5. Communicatiestrategie

De communicatiestrategie richt zich vooral op de interne communicatie (leden versus leden) én op een specifieke externe doelgroep nl. nieuwe leden. Dit in het belang van het voortbestaan van de vereniging.

Om de visie te kunnen verwezenlijken is het volgende nodig:

1. De **persoonlijke/verbindende** communicatie (gewenste communicatie) vraagt dat alle THOR-leden ambassadeurs van hun vereniging worden. Dit vraagt om een actieve houding ten opzichte van communicatie, de leden onderling en naar de Roosendaalse leefgemeenschap (nieuwe leden).
2. De **elektronische** informatiestroom (noodzakelijke communicatie) wordt zodanig opgezet dat de leden en toekomstige (nieuwe) leden op elke gewenste tijdstip en/of door hun gekozen plaats de voor hun nodige informatie kunnen ophalen. Dit vraagt een grote mate van technische facilitering van de haalfunctie.

- CONCEPT -

6. Doelstellingen

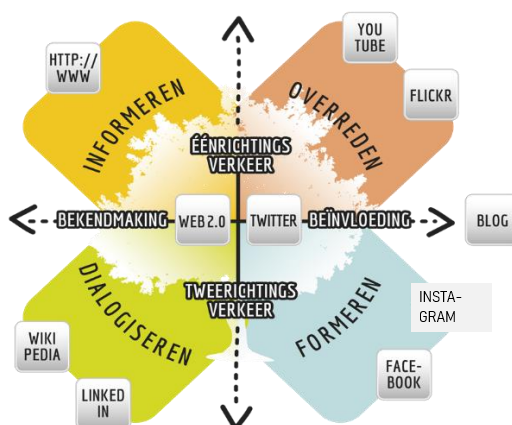
1. Persoonlijke/verbindende communicatie

- Het faciliteren van alle (sub)groepen (zie bijlage 1: organogram) door het aanbieden van een structuur en communicatieframe. Hiermee krijgen de leden inzicht in de organisatie van THOR én alles wat er zich binnen de vereniging afspeelt. Dit stelt hun in staat onderling en naar toekomstige (nieuwe) leden persoonlijk te kunnen communiceren.

2. Elektronische informatiestroom

- De resultaten van de in november 2018 gehouden enquête geven aan dat een overgrote meerderheid van de leden (ruim 70%) kiest voor digitale (lees actuele) informatie. Op basis van deze uitslag vindt een verdere digitalisering van de informatie/communicatiestromen plaats. Er komt een ruime overgangperiode van papier naar digitaal.

Het communicatiekruispunt vertaald naar digitale middelen ziet er als volgt uit:



7. Doelgroepen

THOR heeft ongeveer 1.500 leden, waarbij de variëteit aan interne doelgroepen groot is en qua sportbeleving ver uiteen loopt, van wedstrijdathleten naar jeu-de-boulers. Zoals in heel Nederland is er ook bij THOR een trend naar vergrijzing. In de doelgroepen is de jeugd ondervertegenwoordigd. Een punt van aandacht zowel voor het bestuur en dus ook voor communicatie.

De doelgroepen van de vereniging THOR zijn in onderstaande tabel weergegeven. Zoals de communicatiestrategie al aangeeft richt dit communicatieplan zich vooral op de interne doelgroepen.

Intern	Extern
Wedstrijdatleten	Potentiële leden Roosendaal en omgeving
Recreanten: - reguliere lopers - Halve Marathonlopers	Sponsors
Wandelaars: - reguliere wandelaars	Atletiekbond Wandelbond KWBN,

- C O N C E P T -

Intern	Extern
- sportieve wandelaars	
Nordiccers: - reguliere nordiccers - sportieve nordiccers	Collega(-atletiek)verenigingen Verenigingen Sportpark Vierhoeven (overlegplatform) Aanverwante verenigingen bijvoorbeeld Bommequet
Jeu de boulers	Scholen, KBO, SSNB
Gymmers	Gemeente Roosendaal
Trainers	Leveranciers
Vrijwilligers in de breedste zin van onderhoud, bardienst tot redactie THOR magazine	Gebruikers van Sportpark Vierhoeven
Bestuursleden	Omwonenden sportpark

8. Uit te dragen boodschappen

De boodschap/kernwoorden linken we aan de missie en de visie en kan het best geschetst worden door het volgende voorbeeld:

Veel THOR-leden kennen het **speculaasje-bij-de-koffie-gevoel**. Dit staat voor:

- gezelligheid
- groepsgevoel; trots en blij om bij zo'n vereniging te horen
- beloning na inspanning

THOR wenst de elementen van dit speculaasje-bij-de-koffie-gevoel bij alle THOR-leden in hoofd en hart een plaats te geven. Om dit te bereiken is het nodig dat deze drie kernwoorden in alle formele en informele communicatie-uitingen gebruikt gaan worden. Het is vanzelfsprekend dat zowel op clubniveau als afdelingsbreed hieraan een eigen invulling / vertaling gegeven mag worden, zolang het maar in lijn is met de THOR-missie en -visie.

9. Middelen (inclusief huisstijl)

De resultaten van de enquête geven aan dat leden tijdige en feitelijke informatie wensen. Daarom is het nodig dat er een volledige overgang komt van communicatie-uitingen op papier naar elektronisch. Vooralsnog voorziet THOR zowel in papieren als in elektronische informatiestroom.

In de overgangperiode ziet de communicatiemix aan middelen er voor 2019 als volgt uit:

Persoonlijk	Schriftelijk	Electronisch
2x THOR ledenvergadering ALV	4x THOR magazine	THOR nieuwsbrief 12x
Jaarvergadering afdelingen	Evenementenflyers	THOR-website
Afdelingsoverleggen (4x per jaar)	Publicatiebord	THOR facebook Facebook Nordic Walking
Trainersoverleggen (2x per jaar)	Trainersfotobord	Info-TV in THOR-kantine

- C O N C E P T -

Persoonlijk	Schriftelijk	Electronisch
Evenementencommissies, bv: Halve Marathon, wandel- vierdaagse, landgoedloop, Hap & Stap	Mailings (DM)	Afdelingsnieuwbrief Nordic Walking Afdelingsnieuwsbrief Wandel Mailings (DM)
Werkgroepen zoals barbekeer, tuchtcommissie, VCP's	Posteractie met foto's VCP's (vertrouwenscontactpersonen)	Regulier mailverkeer Slack (communicatieplatform bestuur en ander kader) Trello (procesbewaking / communicatie)
		WhatsApp groepen trainers

Om eenheid in de elektronische communicatie te krijgen is het noodzakelijk dat alle Facebookpagina's en alle elektronische nieuwsbrieven per 1 januari 2020 volgens een vaststaand THOR-format gepubliceerd worden.

Actie: hiertoe worden 1 of 2 workshops voor bestaande en nieuwe gebruikers georganiseerd.

10. Planning

Periode	Onderwerp	Actie door
Juni 2019	Uitleg communicatieplan aan algemene ledenvergadering	José
September 2019	Professioneel ontwerp format voor elektronische communicatie (nieuwsbrief, Facebook, Instagram)	Externe expert (via Frans Witteveen)
Oktober 2019	Uitleg communicatieplan aan de afdelingen	José en Wilma
November 2019	Vaststelling communicatieplan	Algemene ledenvergadering
December 2019	Publiceren interview met voorzitter over het communicatieplan	José en Wilma
4 ^e kwartaal 2019	Workshops elektronische nieuwsbrief (1 ^e sessie)	Externe expert (via Frans Witteveen)
1 ^e kwartaal 2020	Opfriscursus beheer THOR-website (techniek en gebruik kernwoorden)	Externe expert (via Jos de Nijs)
2 ^e kwartaal 2020	Workshops elektronische nieuwsbrief (2 ^e sessie)	Externe expert (via Frans Witteveen)
3 ^e kwartaal 2020	Screening THOR-website op kernwoorden en eenduidig taalgebruik	José en Wilma, in overleg met Yvonne

11. Organisatie

De Communicatiewerkgroep komt 2x per jaar bijeen om de voortgang van de implementatie te toetsen / bij te stellen.

- C O N C E P T -

12. Financiën

Het hoofdbestuur reserveert voor 2020 een post in de begroting om de communicatiedoelstellingen / acties te kunnen realiseren. Voor te maken kosten in het lopende boekjaar legt de Communicatiewerkgroep per activiteit een Voorstel tot Goedkeuring voor aan het hoofdbestuur.

13. Evaluatie

De Communicatiewerkgroep informeert het hoofdbestuur over de uitkomsten van de communicatiewerkgroep-evaluaties. Belangrijkste punten zijn borging van de kernwoorden en implementatie van diverse acties.

- CONCEPT -

Bijlage 1

Organogram arsv THOR - Roosendaal

