



Policy Sociala Medier 2021

Onsala Innebandy vill nå ut via de medier som ger oss möjlighet att profilera oss och ge information till våra befintliga och tillkommande medlemmar. Sociala medier sprider våra budskap, stärker varumärket och ger möjlighet till att skapa nya kontakter. Då vi vill säkerställa att användandet av de sociala medierna når ut på rätt sätt till rätt målgrupp samt visar rätt profil har vi arbetat fram denna policy att gälla för Onsala Innebandy.

Onsala innebandyklubbs olika lag finns också uppe på sociala medier. Flera lag i föreningen har startat upp egna sidor på tex. Facebook och Instagram. Detta är i regel positivt då det stärker vårt redan starka varumärke. Denna policy har tagits fram för att tydliggöra hur vi hanterar föreningens och föreningens lags sociala medier närvaro. Målet är att få föreningens närvaro på sociala medier att öka med rätt inlägg i samarbete med våra lag.

Vi ska använda sociala medier så att vi främjar våra kärnvärden i Rosa Tråden. Vi strävar efter ett jämställt flöde där vi med eftertanke arbetar att visa aktiviteter från alla våra lag.

Vi ska hjälpas åt gemensamt för att nå ut och få fler följare och vänner på sociala medier. Det ska vara kul och intressant att följa Onsala Innebandy!

Denna policy har två syften:

1. **Att tydliggöra vår strategi** vilka sociala mediekkanaler som bör användas till vad och för vem. Det är viktigt för vår tydlighet och profil att vi kommunicerar med våra målgrupper (ledare, spelare, föräldrar, kommun, sponsorer, media, allmänhet, mfl) på ett engagerande sätt som passar respektive målgrupp.
2. **Att skydda vårt varumärke** och vår officiella hemsida och klubbens sociala medier. Den officiella hemsidan skall innehålla all info kring lag och deltagare. Den är vår huvudsakliga informationskanal. Vårt varumärke – **Onsala IBK** får inte användas i andra rum utan hänsyn tagen till våra värderingar och värdegrund.

Strategi – sociala medier

	Facebook	Instagram
Kommunikation	• Det händer mycket i föreningen • Det är kul att vara med i OIBK • Höjer våra duktiga lag, spelare, ledare • Vi gör mycket för våra medlemmar • Vi samarbetar med kommun och lokalt näringsliv • Kärnvärden i Rosa tråden	• Livsstilen • Det är kul att vara med i OIBK • Det händer mycket "bakom scenen" • Vi delar med oss tips och råd kring innebandy • Höjer våra duktiga lag, spelare, ledare • Kärnvärden i Rosa tråden
Målgrupp	Bred: Kanalen ska tilltala medlemmar, i första hand föräldrar och ledare samt farmor och andra lokala "fans", inte ungdomar. Ett familjärt tilltal. Externa följare (kommun, företag, media, allmänhet) ska få en positiv bild av föreningen och känna sig inbjudna.	Intressebaserad: Kanalen ska tilltala alla som är intresserade av innebandy, särskilt i Halland. Här kan vi nå föreningens och andra spelande ungdomar. Även föräldrar och andra "fans".
Innehåll	Text och bilder som visar föreningens aktiviteter. Länkar till vår hemsida och externa webbsidor.	Inspiration, har hänt, händer nu och kommer att hända. Bilder och videoklipp med korta texter.

Facebook – bred målgrupp

Innehåll

- Information om kommande matcher och andra evenemang.
- Korta spelarintervjuer inför och efter match. Lägre intervjuer länkas till hemsidan med matchreferat "se mer".
- Livesändningar från uppladdningar och särskilt intressanta händelser. Ej hela matcher.
- Kampanjer för hemmamatcher.
- Resultatrapporter från herr/damslag med "logobild" och kort referat. Längre referat som länk till hemsidan "läs mer".
- Kortfattad information och annonsering till medlemmar, med länk till hemsidan eller externa sidor för mer information.
- Korta och roliga reportage från lagen, med länk till hemsidan.
- Korta presentationer av spelare, ledare, domare och andra i föreningen.
- Nyheter, "På gång" i föreningen, med allmänintresse.
- Samarbeten med kommun och näringsliv.

Att tänka på

- Gärna familjär men inte för intern ton.
- När någon spelare nämns eller är med på bild, tagga personen så att statusen får större spridning. Kolla med personen att det är ok att tagga.
- Engagera fansen genom att ställa frågor, vilket förhoppningsvis genererar i fler kommentarer.
- Den som har tillgång till föreningens Facebook-konto har ett ansvar att tänka på om man är inloggad som privatperson eller som Onsala IBK. Det är viktigt att särskilja så att föreningen tex inte gillar inlägg som en privatperson gillar.
- Bäst tidpunkt att nå ut till följarna är mellan 17.00 – 21.00, Näst bästa tiden är runt lunch. Detta gäller främst vardagar.
- Jobba mycket med bilder på Facebook, i stället för att bara lägga upp en länk. Dessa bilder ska vara med bra kvalitet. Undvik suddiga mobilbilder.
- Undvik att posta flera inlägg direkt efter varandra. Har man fler nyheter att gå ut med så vänta i alla fall MINST 1 timme mellan varje nyhet. Risken finns att våra följare missar något av inläggen eller att de försvinner i deras flöden när de kommer så tätt inpå varandra. Och på så sätt spammar vi heller inte sönder våra följares flöden.

- Absolut max nyheter per dag borde ligga runt 3–4 inlägg per dag, och inte postade tätt inpå varandra. Vissa nyheter kanske man kan slå ihop och göra till ett samlat inlägg.

Instagram – intressebaserad målgrupp

Innehåll

- Bilder från matcher och träningar.
- Korta spelarintervjuer inför och efter match. Kan sampubliceras med Facebook men utan länkar.
- Resultatrapporter från herr/damslag med "logobild" och kort referat. Kan sampubliceras med Facebook men utan länkar.
- Korta presentationer av spelare, ledare, domare och andra i föreningen. Kan sampubliceras med Facebook men utan länkar.
- Pusha för hemmamatcher med tex korta videoklipp med spelare som uppmanar folk att komma på matchen (kan även delas på Facebook).
- "behind the scenes", träningar, möten, andra kul aktiviteter etc.
- Tips och råd om innebandy. Träningstips, rehab, tricks mm.

Att tänka på

- Lättsam ton. Det ska vara kul att följa och inte för seriöst.
- Låt gärna ungdomar vara med och föreslå bilder och texter så att det blir ett rätt tilltal, men utan att något olämpligt visas.
- Använd taggar #onsalaBK #rosaframtid #onsalainnebandy i första hand. Även andra taggar kan användas men tänk på att dessa också är en del av föreningens budskap.
- Skriv inte länkar / URL på Instagram. De är inte klickbara.
- Tänk på vad du gillar och kommenterar när du representerar föreningen.
- Vi följer endast innebandyrelaterat innehåll och inte privatpersoner (tex vissa spelare och ledare i våra lag). Däremot gärna kända spelare i tex landslaget.
- Bildbomba inte. Det räcker med max tre fyra bilder på en dag. Och ladda inte upp dem direkt efter varandra.
- Försök att ha bra kvalitet på bilderna, visst är det snyggt med actionbilder men inte när de är tagna med låg kvalitet.

Våra mest populära inlägg sedan 2019

Som inspiration och vägledning kan vi titta tillbaka på vilka inlägg som har skapat mest engagemang under de senaste två åren:

Facebook:

- "BÄST I HALLAND" – Nyhet om att P06 och F04/05 vann DM
- "Idrott är en fantastisk sak" – Text av David om Molly som började i F05
- "Årets.." – Presentationer av årets eldsjäl, spelare etc.

Instagram:

- "En fredag i Varberg" – F05:or ställer upp och rycker in i dam/juniorlaget
- "Ingen innebandy idag" – David med F05/06 på Ullared
- "Sommarläxa" – David visar enhandsjonglering med innebandybollar
- "Kul att fylla år" – Grattis Elin 13 år
- "ÄNTLIGEN" – Parcus Peil klar för Pixbo i SSL
- "Onsala Dam vinner DM"
- "Grattis F08" – Vinner FCH Cup

Låg interaktion på Instagram: Tider för utprovning av klubbkläder. Info om årsmöte. Rea i klubbshoppen.

Varumärke Onsala IBK – sociala medier och hemsidan

Onsala IBK:s lag är fria att starta upp egna sidor, dessa kan fungera mycket bra som informations/kommunikationskanaler. Dock är den egna webben (www.onsalainnebandy.se) alltid prioriterad. Webben är vår främsta informationskanal och all information vi vill nå ut med ska i första hand finnas där. Webbssidan kan nås av alla som har tillgång till internet, till skillnad från sociala medier som ofta kräver medlemskap och därmed utlämnande av personuppgifter.

Viktig information som publiceras på lagets Facebooksida ska även finnas på lagets hemsida. Länka gärna dit i Facebook-statusen eller koppla sidorna med varandra. Om laget har en Facebooksida, grupp eller blogg eller annat ska detta framgå på lagets hemsida med länk till Facebooksidan .

Alla sidor som bär Onsala IBK/Innebandys namn ska hanteras utifrån föreningens värdegrund. Om någon som administrerar en sida väljer att minska sitt engagemang ska sidan aktivt läggas ner och alla "vänner"/"följare" informeras om detta, alternativ så ska administrationsrättigheterna lämnas över till någon annan i föreningen. Det är därför viktigt att mer än en person är administratör för Facebooksidan/gruppen och Instagramkontot.

Den som sköter en sida bör kontrollera den flera gånger i veckan, då sociala medier kräver ständig närvaro. Eventuella frågor bör besvara så snabbt som möjligt. En plan bör finnas för hantering av eventuella negativa kommentarer eller påhopp. Personliga påhopp och andra mindre lämpliga inlägg får förstås raderas, men sakliga frågor och påståenden i övrigt ska alltid besvaras. Kan administratören inte svara så kontakta styrelsemedlem eller annan lämplig kollega i föreningen.

Sidorna bör hållas aktuella och under uppsikt av administratörerna, görs detta bra stärks varumärket Onsala IBK som på så sätt visar sig modernt och tillgängligt. Dåligt skötta sidor har motsatt effekt och kan skada varumärket.

Onsala IBK:s logotype och namn får bara användas av sidor som på riktigt administreras av föreningen officiellt och den som står som administratör är ansvarig för att föreningens värdegrund följs och att varumärket Onsala IBK gynnas.

Viktigt att tänka på:

- Visa respekt och kommentera aldrig någon nedsättande. Använd sunt förnuft.
- Personliga påhopp, mobbning, ryktesspridning, spekulationer eller annan medveten publicering av felaktig information får inte förekomma. Beakta GDPR.
- Använd aldrig andras material utan att referera till källan. Följ de upphovsrättsliga regler som gäller.
- Att länka till andra kan uppfattas som en rekommendation.
- Att publicera saker online från ett officiellt konto är aldrig privat. Ett svar riktat till en viss person kan läsas av många andra. Det är numera vanligt att journalister gör artiklar som helt baseras på uttalanden på sociala medier.
- Varje individ är alltid personligt ansvarig för sådant som publiceras. Oavsett om det skett i egenskap av privatperson, medlem, ledare eller förtroendevald.

Relation mellan Hemsida, Facebook och Instagram:

HEMSIDA  FACEBOOK  INSTAGRAM

Detta betyder att en del av innehållet som publiceras på hemsidan lägger vi även ut på klubbens Facebooksida (ofta i förkortad form). En del av innehållet som publiceras på Instagram lägger vi även ut på Facebooksidan (ibland med längre text). Men vi gör ingen koppling mellan hemsidan och Instagram.

Organisation:

Den som vill få innehåll publicerat på klubbens hemsida skickar text och bild till hemsidesansvarig (för tillfället Håkan Berggren) så publiceras detta även på Facebook om det passar.

Den som vill få innehåll publicerat på klubbens Instagram skickar text och bild till social medieansvarig (för tillfället Josef Wideström) så publiceras detta även på Facebook om det passar.

Kansliet (för närvarande David Rydbeck) har också möjlighet att göra inlägg i valfri kanal för att informera.

Eventuella frågor besvaras av styrelsen.