



Växjö Vipers kanalplan

– för en tydlig och varumärkesbyggande kommunikation

Denna kanalplan säkerställer att Växjö Vipers kommunikation är strukturerad, tydlig och anpassad för respektive målgrupp. En bra kanalplan stärker Växjö Vipers varumärke genom att det blir tydligare för mottagaren var man kan förvänta sig en viss typ av information. Genom att följa denna plan skapas en stark och enhetlig närvaro både internt och externt.

1. Hemsidan vipers.se

Syfte:

- Hemsidan fungerar som navet för all officiell information om föreningen, men även om våra egna cuper, evenemang, partnerträffar med mera. Här kan alla besökare känna sig trygga i att svar på de flesta frågor kring vår förenings övergripande verksamhet finns.

Målgrupper:

- Medlemmar
- Blivande spelare och vårdnadshavare
- Partners och sponsorer
- Media
- Allmänhet, besökare och publik

Innehåll:

- Information inför matcher, cuper och evenemang
- Biljettförsäljning och anmälan till cuper
- Nyheter och pressmeddelanden
- Matcher, tabeller och resultat för våra elitlag
- Föreningsinformation såsom policys och kontaktuppgifter
- Information för sponsorer/partners
- Exponering av sponsorer/partners
- Arkiv för viktig dokumentation som riktlinjer, policies och kontaktuppgifter.

Kontaktpersoner styrelsen:

Fredrik B Ekdahl, 0708-627835 alt info@fredrikb.se

Anna Palmgren, 0702-47 57 11 alt. anna@palmgren.eu



Ansvar:

- Personer utsedda av styrelse och ledning uppdaterar och hanterar webbplatsen.
-

2. Sociala medier – officiella kanaler

Syfte:

- Bygga engagemang och förstärka relationen med supportrar, medlemmar och partners.
- Locka till försäljning och anmälningar
- Sprida nyheter, marknadsföra matcher och evenemang.
- Ge insyn i verksamheten och lyfta fram föreningens olika initiativ.
- Förstärka innehållet på hemsidan och locka in fler besökare till hemsidan.

Målgrupper:

- Supportrar, publik och besökare
- Medlemmar och aktiva
- Media
- Partners och sponsorer

Innehåll:

- Lockande information om och inför matcher, cuper, camps och events
- "Bakom kulisserna"-innehåll
- Matchuppdateringar och resultat
- Kampanjer
- Samarbeten med partners
- Nyheter kring spelare och ledare

Ansvar:

- Personer utsedda av styrelse och ledning publicerar, uppdaterar och modererar. Riktlinjer finns för Växjö Vipers sociala medier och dessa ska följas av alla som publicerar.
-



3. Nyhetsbrev till medlemmar

Syfte:

- Informera om viktiga händelser, riktlinjer och planering.
- Skapa engagemang och samhörighet inom föreningen.
- Få in intresseanmälningar och locka volontärer
- Locka besökare till hemsidan.

Målgrupp:

- Vårdnadshavare och aktiva.
- Övriga medlemmar.

Innehåll:

Innehållet i nyhetsbrevet ska beröra merparten av medlemmarna. Specifik information till ett lag eller en liten grupp hanteras i Laget.se eller via epost.

- Föreningsnyheter och beslut
- Kommande matcher, cuper, camps och evenemang
- Information om försäljning, föräldrauppdrag och volontärsuppdrag
- Information om Vipersshopen
- Utvecklingsprojekt, initiativ inom social hållbarhet

Ansvar:

- Personer utsedda av styrelse och ledning publicerar och administrerar.

4. Nyhetsbrev till partners

Syfte:

- Hålla partners informerade om föreningens utveckling och möjligheter till ytterligare engagemang.
- Locka till aktiviteter, matcher, restaurangbesök och partnerträffar.
- Visa uppskattning för sponsorer och visa vad deras engagemang möjliggör.



Målgrupp:

- Nuvarande samarbetspartners

Typ av innehåll:

- Uppdateringar om samarbeten
- Information om kommande partnerträffar och erbjudanden för partners.
- Exponering av partners i samband med evenemang

Ansvar:

- Personer utsedda av styrelse och ledning publicerar och administrerar.
-

5. Pressmeddelanden

Syfte:

- Få media att berätta om kommande match (elit), cuper, camps eller andra evenemang.
- Få media att berätta om relevanta nyheter rörande föreningen.
- Stärka Växjö Vipers varumärke genom PR-insatser.
- Bygga relationer med journalister och sportredaktioner.

Målgrupp:

- Lokal och nationell media.
- Pressmeddelanden riktas till relevanta medier och journalister beroende på innehåll.

Typ av innehåll:

- Inbjudan till matcher (elit)
- Viktiga förvärv/rekryteringar
- Större cuper och evenemang
- Strategiska samarbeten
- Arbete kring social hållbarhet



Ansvar:

Personer utsedda av styrelse och ledning publicerar och administrerar.
Pressmeddelanden skickas via nyhetsbrevsverktyg, inte från en enskild e-postadress.
Detta garanterar att PR-arbetet blir professionellt och enhetligt.

6. Laget.se

Syfte:

- Skapa tydlighet genom lättillgänglig information till spelare och föräldrar.
- Göra det enkelt för ledare att planera matcher, träningar och lagaktiviteter.
- Få ut specifik information från Växjö Vipers till ledare.

Målgrupp:

- Aktiva spelare och deras vårdnadshavare
- Tränare och ledare

Typ av innehåll:

- Träningsscheman
- Kallelser till matcher
- Intern information till lagen
- Information om interna händelser av skyndsam karaktär

Ansvar:

- Lagledare och tränare hanterar innehållet för sitt lag.
 - Personer utsedda av styrelse och ledning hanterar information från Växjö Vipers till ledare och tränare.
-



7. E-post (för extern kommunikation från föreningen)

E-post används för specifik information som enbart berör mottagaren/mottagarna och där ovan kanaler inte kan användas. När e-post skickas ska det tydligt framgå att informationen kommer från Växjö Vipers. Vi skriver en tydlig ämnesrad som gör det lätt för mottagaren att förstå syftet och har en tydlig avsändare med kontaktuppgifter i e-postsignaturen.

Syfte:

- Få ut specifik information direkt med enskilda medlemmar, ledare, partners eller andra externa intressenter.

Målgrupper:

- Specifika medlemmar och vårdnadshavare
- Tränare och ledare
- Partners och sponsorer
- Förbund och andra föreningar

Typ av innehåll:

- Officiella meddelanden från föreningen
- Förstärka viktig information från Laget om matcher, träningar och evenemang
- Sponsor-kommunikation och samarbetsförfrågningar
- Information till ledare och tränare.