

PETS

Del 3

KOMMUNIKATION



*"Vilken dag är det?" frågade Puh.
"Det är idag" svarade Nasse.
"Å, det är min favoritdag!" sa Puh.*

(A.A. Milne)

För engagerade ledare
som vill göra skillnad



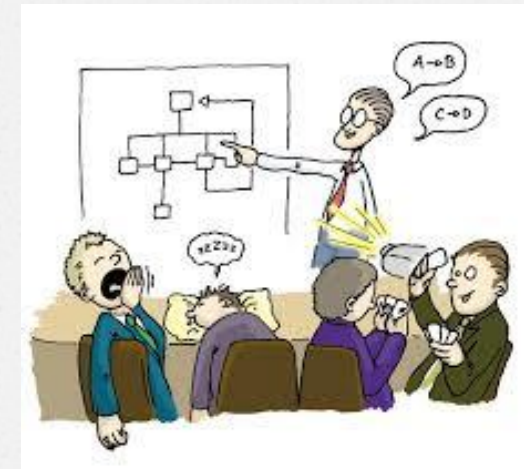
Kan det vara så att ...

- 😊 det kommer fler på våra möten om vi är bra på att kommunicera?
- 😊 vi får fler nyfikna besökare på våra hemsidor och klubbmöten om vi är bra på att kommunicera?
- 😊 vi får lättare att göra nytta i världen om vi är bra på att kommunicera?



Vi vet ju alla att svaret på frågorna på förra sidan är JA.
Frågan är hur man gör och hur man tänker.
Det är det vi ska försöka besvara i detta utskick. Till vår hjälp tar vi två experter.

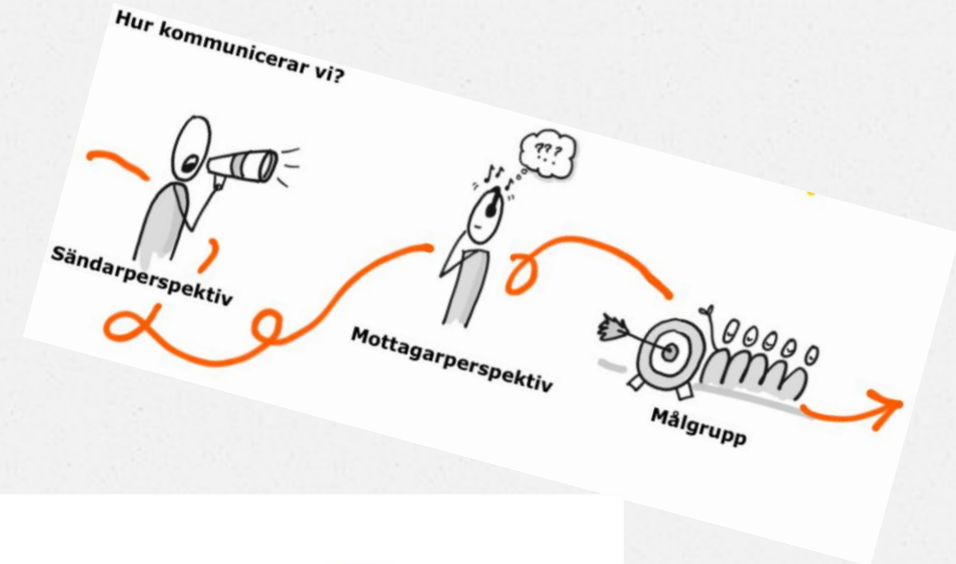
1. Peter Gustafsson, VD på Symbal Communication, skulle gett oss en presentation om kommunikation på PETS. Nu får vi den i en presentation med ljud.
2. Mats Håkanson, distriktets egen kommunikatör som hjälper många företag att kommunicera eftertänksamt.



Vi börjar med Peter Gustafson som leder oss genom

1. Symbol communications framgångssaga
2. Kommunikation är superviktigt under förändringsresor
3. Till vem och vad vill vi kommunicera
4. Berätta historien i rätt ordning.
Why – How – What
5. Målgruppens drivkrafter styr
6. Hur kommunicerar vi med befintliga medlemmar?

Tryck på hjärtat för att komma till Peters presentation.



Eftersom det är bra att repetera så gör vi just det.

Vi börjar med vem vi vill kommunicera med? Starta gärna en diskussion i klubben eller kommittén. Engagera gärna så många som möjligt i klubben.

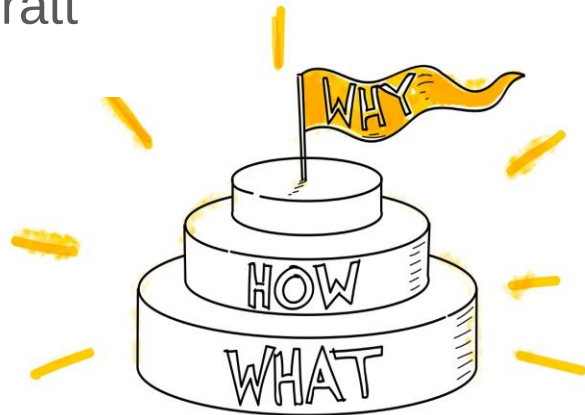
Resultatet blir ett bra sätt att skapa struktur på hemsida, nyhetsbrev och inbjudningar.

VEM VILL
ROTARY
KOMMUNICERA
MED OCH
VARFÖR?

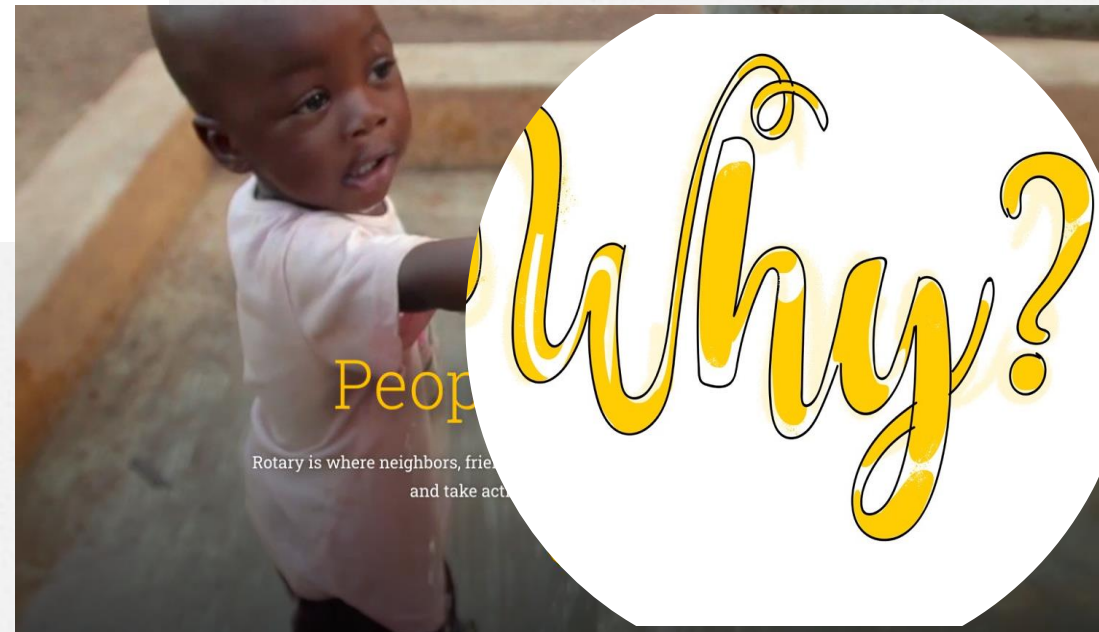
Diskutera 2 och 2



Berätta er
historia i rätt
ordning.

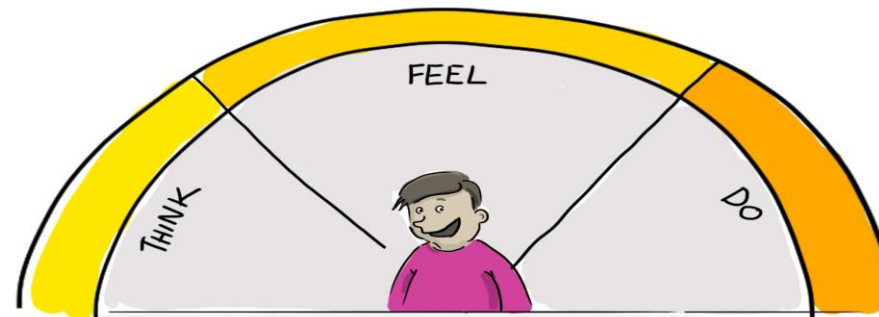


Rotarys svar på VARFÖR är väldigt starkt.
Svaren beror på vem som svarar så var
beredda på att ge många svar på frågan.



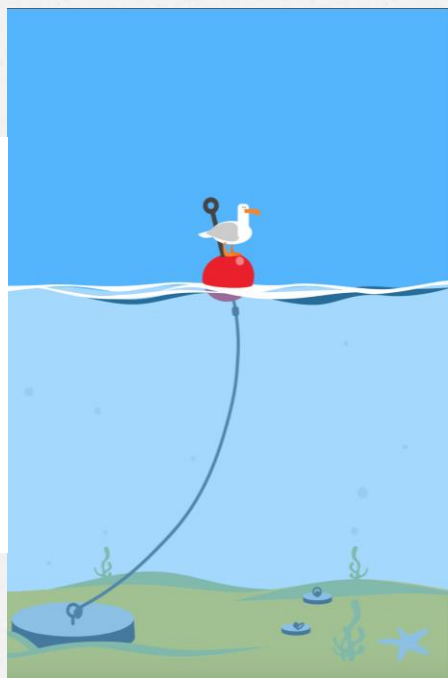
Vad vill jag att min målgrupp ska tänka, känna och göra när jag kommunicerar?

Tänka, känna och göra?



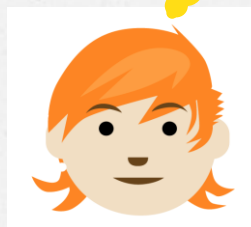
Tips 3:

Målgruppens drivkrafter styr.



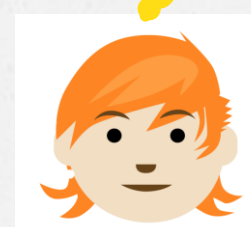
Individuella existentiella drivkrafter

UPPSKATTA
MIG FÖR
VEM JAG ÄR



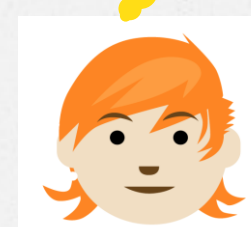
LIV

UPPSKATTA
MIG FÖR
MIN ENERGI
OCH MINA
IDÉER

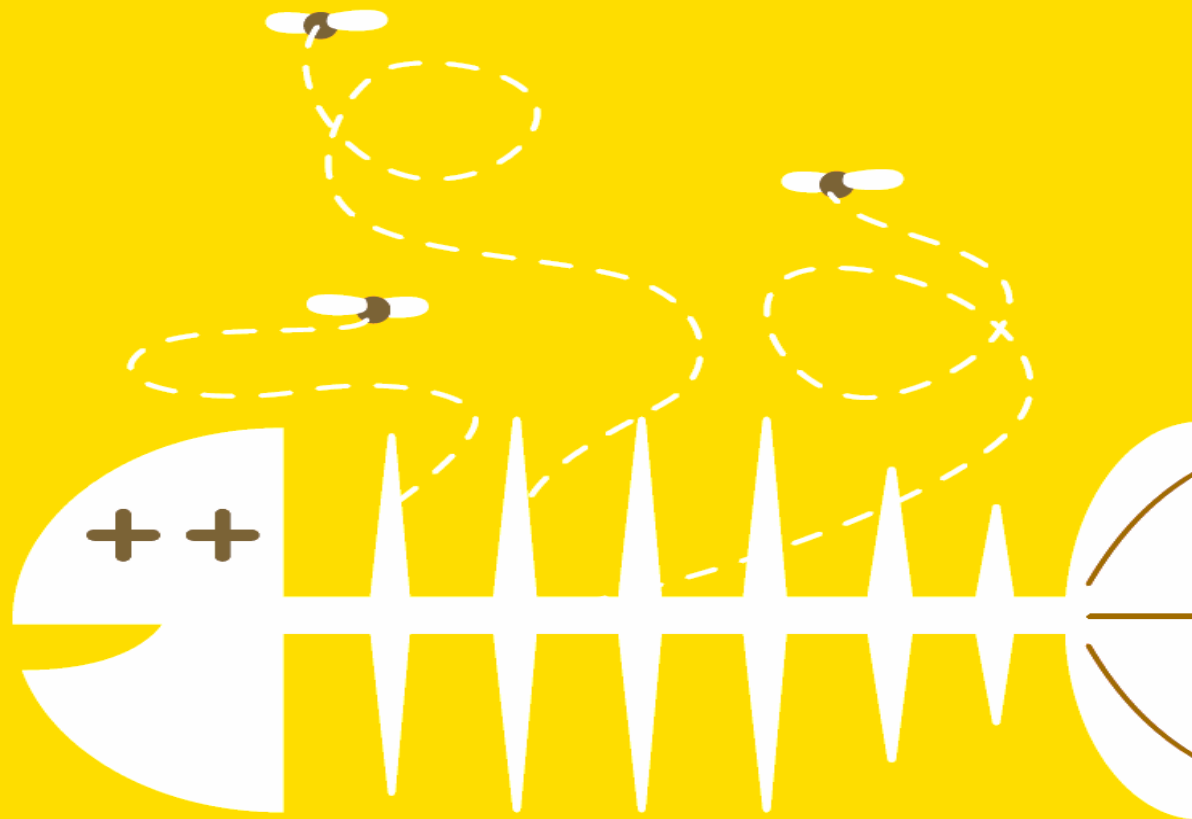


AMBIVALENS

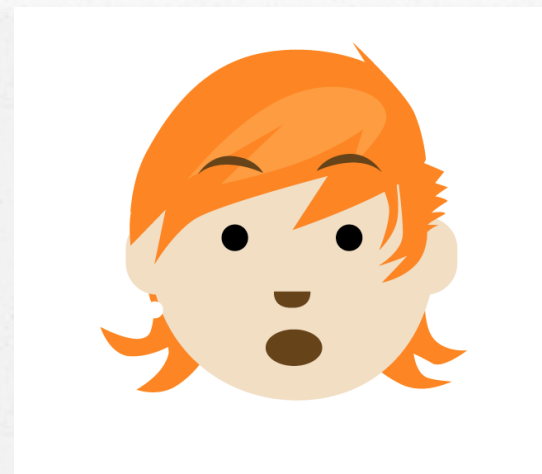
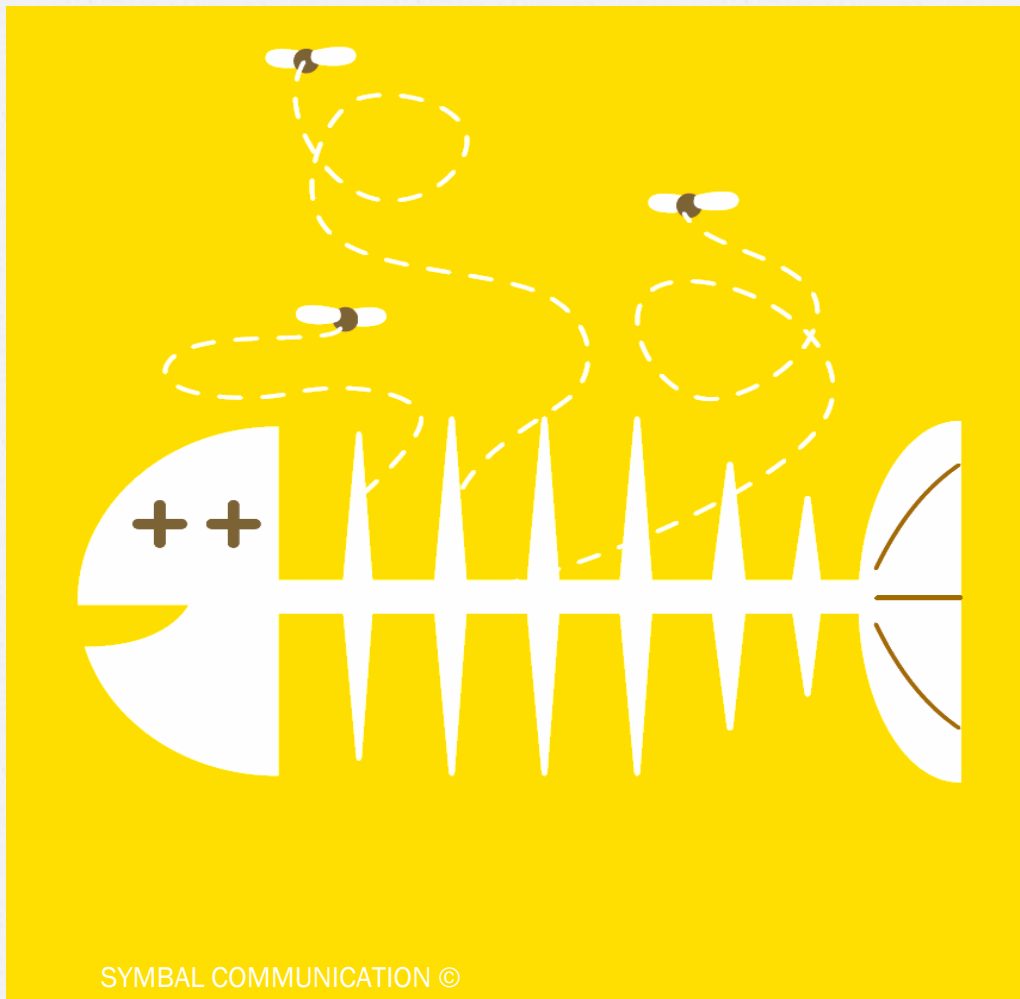
UPPSKATTA
MIG FÖR VAD
JAG GÖR



KONTROLL



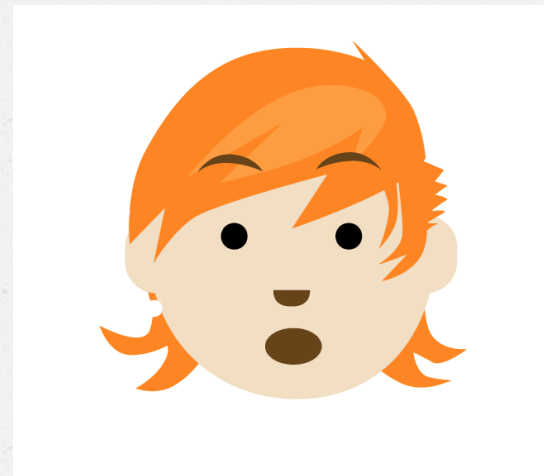
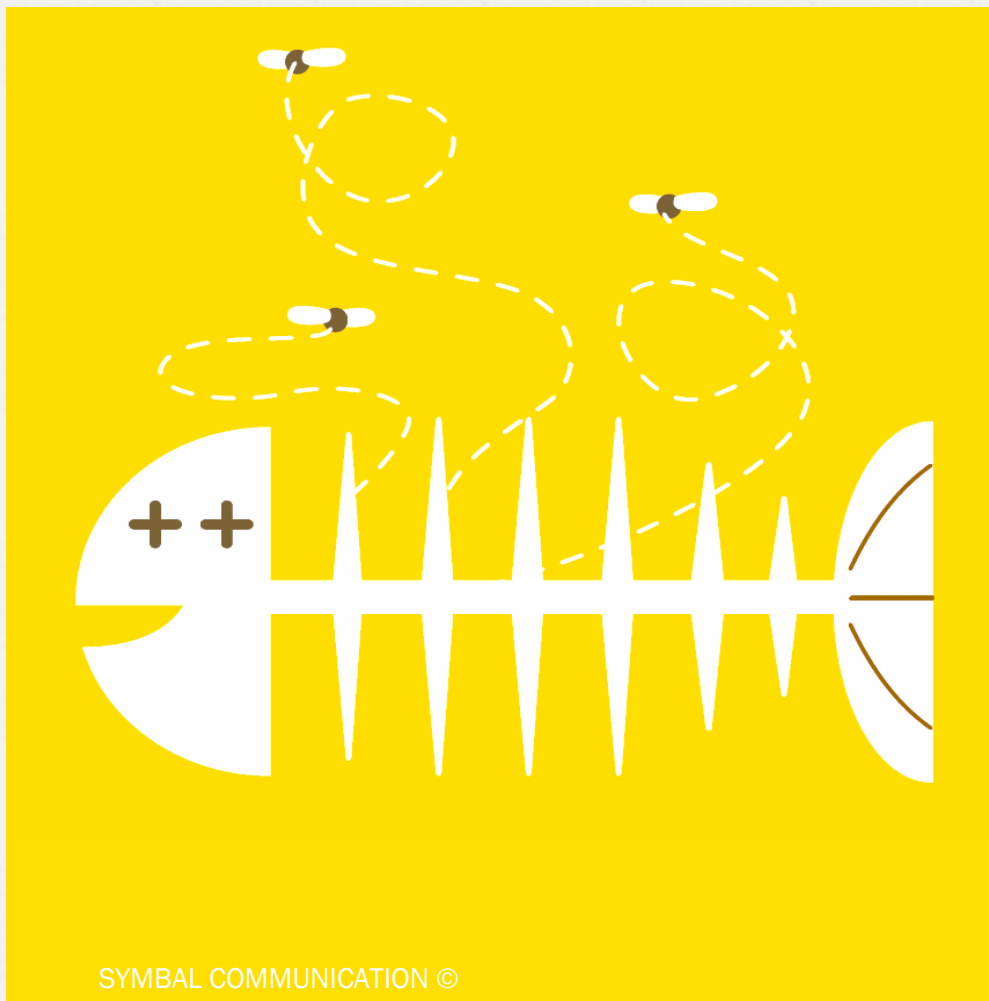
Att tänka på när det gäller era befintliga medlemmar!



LIV tycker det stinker vid brist på dialog.

Resultat: Känner sig inte involverad, känner sig överkörd. Flyter med utan att ta initiativ. Fokuserar på att undvika konflikt.

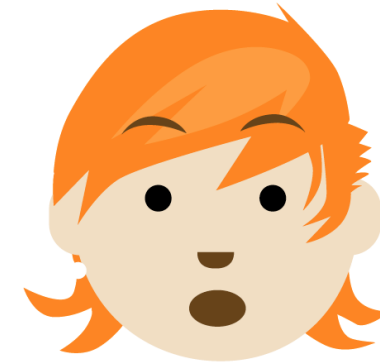
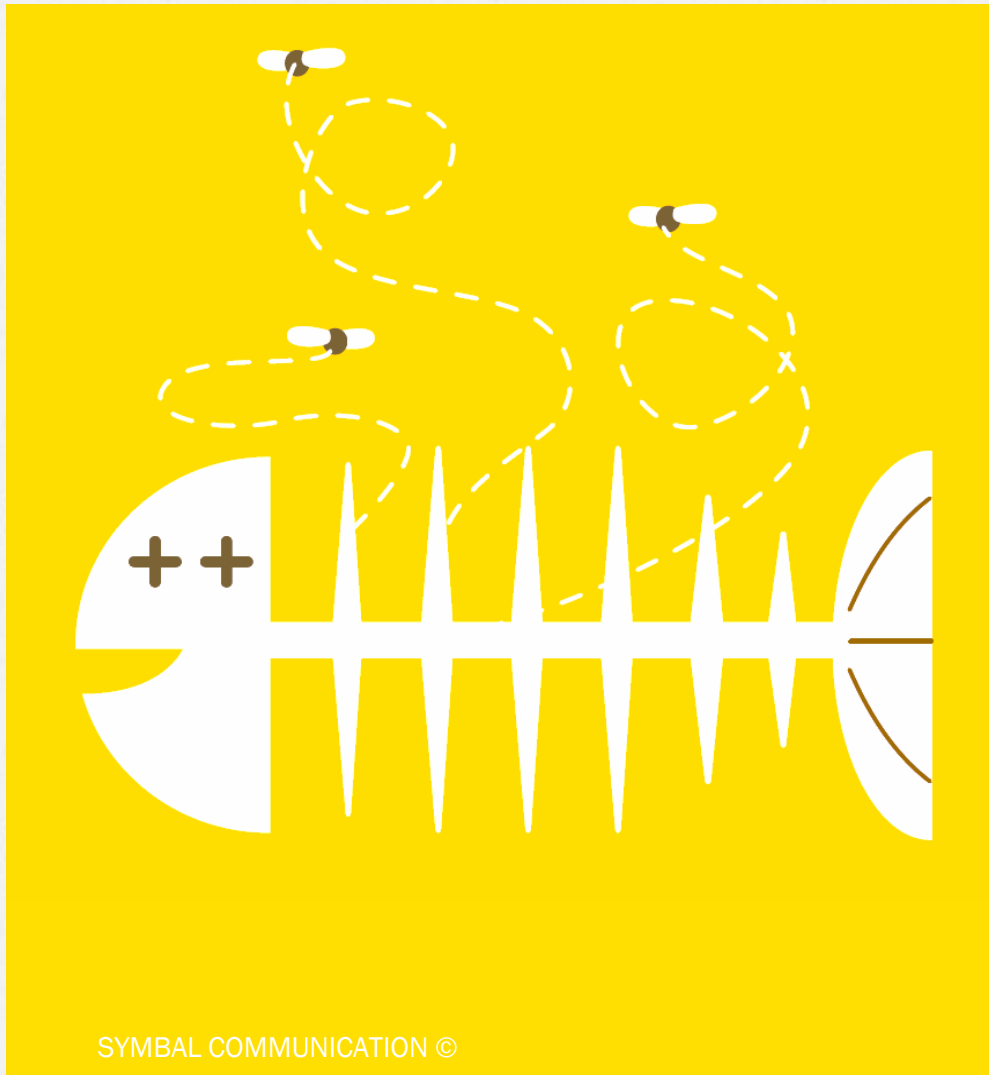
Eller slutar.



AMBIVALENS tycker det stinker vid mikro-management och brist på engagerat ledarskap.

Resultat: Låg aktivitet och stark kritik mot de som leder.

Eller slutar.



KONTROLL tycker det stinker vid oklara mål och brist på tydlighet kring förväntningar.

Resultat: Ser inte logiken. Ställer sig vid sidan om, jobbar istället mot sina egna mål.

Eller slutar

Sammanfattning

- o Varför vill ni kommunicera
- o Till vem vill ni kommunicera
- o Hur berättar ni er historia – varför (ert ändamål) är nyckeln!
- o Vad vill ni åstadkomma – tänka, känna, göra
- o Tänk på att vi är olika och har olika drivkrafter – viktigt för att engagera och behålla medlemmar

När ni gjort hemläxan då kan ni börja planera hur ni ska kommunicera, göra kanalval och sätta igång aktiviteter.



Tack för mig!

Peter Gustafson
pg@symbal.com
0708-456262



Tusen tack Peter för att du berikat
oss inom kommunikationens
svåra område



Mats Håkanson
District Internet Communication Director

Så därja, nu har du fått en teoretisk genomgång av vikten av att kommunicera på rätt sätt. Nu är det min tur att sätta lite kött och fjäll på fisken. De flesta av er känner mig som IT-typ på distriktet – men min bakgrund är inte alls inom IT, jag har i 40 år jobbat med kommunikation inom och på uppdrag av större företag. Så för mig är det viktigaste med IT att det hjälper oss i Rotary att kommunicera med våra intressenter, internt och externt.

Men innan jag gör det ... ➤



... vill jag säga detta:

Det är du som president som är ansvarig hur klubben mår och utvecklas, hur dina funktionärer fullgör sina uppgifter och hur medlemmarna trivs. En viktig pusselbit i detta är att kommunicera aktivt. Inte bara på mötena utan minst lika viktigt är att du kommunicerar mellan mötena. Det får även dina funktionärer att förstå att bra kommunikation leder till framgång. Vilket i kombination med din kommunikation faktiskt leder till att klubben mår bättre och utvecklas. Observera att bilden ovan inte visar medlemmar i någon klubb.

Du är lyckligt lottad ... 

... som klubbpresident i vårt distrikt:

I D2390 har klubbarna tillgång till ett IT-verktyg som hjälper dig och de övriga funktionärerna att enkelt kommunicera såväl *internt* med klubbens medlemmar som *externt* med personer i klubbens omvärld som ni gärna vill ha kontakt med.



Gå igenom och lägg in "vänner till klubben" i en mottagarlista för nyhetsbrev och mejl.^{*)} I en annan lista kan ni lägga in personer i ert närområde som ni vill hålla informerade om klubbens verksamhet. Ja, ni kan skapa vilka utskickslistor som helst och kombinera dem som ni vill.

Men inte bara det ...



^{*)} Alla ni lägger in i ClubRunner får meddelande om detta, så att ni uppfyller kraven i GDPR.

... ni kan också skapa fina meddelanden:

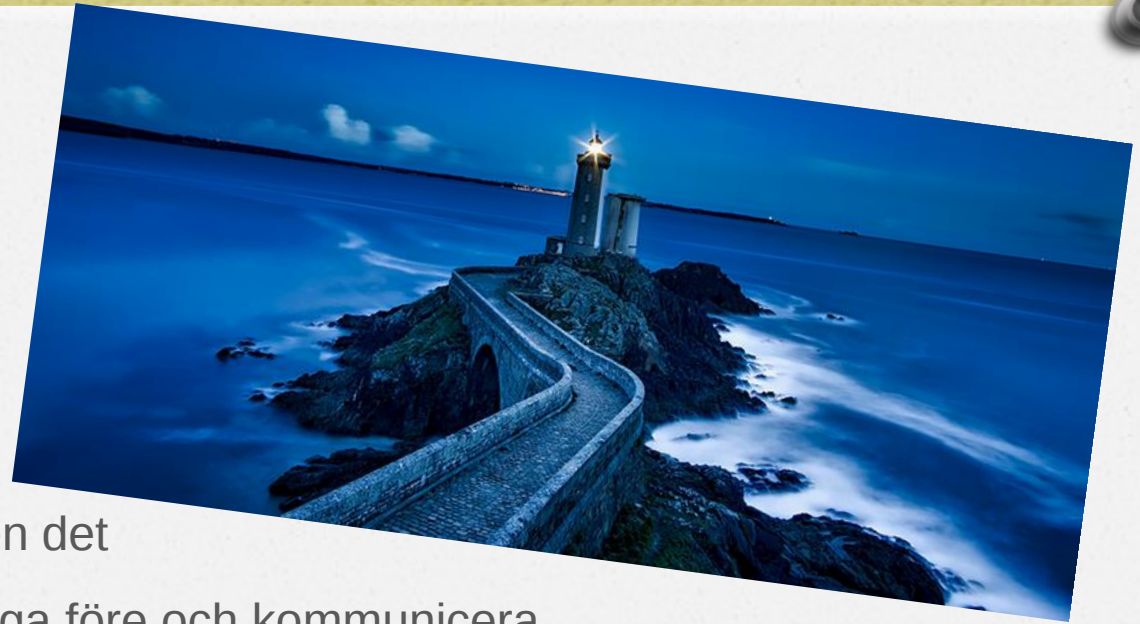
Flera klubbar har redan börjat att använda ClubRunners funktion för att skapa och skicka ut trevligt redigerade nyhetsbrev till medlemmarna och klubbens externa kontakter. Det är något som har blivit mycket uppskattat av mottagarna. Det går också att lägga till en länk på hemsidan med det senaste veckobrevet och ge intresserade möjlighet att prenumerera på det. Känner du att ni inte har resurser nu till detta, går det bra att börja med att regelbundet skicka ut ett mejl rakt upp och ner!

Och vet du vad ... ➔



... det blir ännu bättre om klubben ligger före:

Traditionen inom Rotary har varit att i veckobreven informera om vad som har hänt. Det är trevligt. Men det är faktiskt mycket mer effektivt att ligga före och kommunicera vad som kommer att hända. Klubbar som har börjat skicka ut veckobreven i förväg och där skriver en lockande berättelse om vad som ska hända på nästa möte märker att det snabbt ger effekt i form av fler medlemmar och gäster vid klubbens möten.



Över huvud taget ... ➤

... lönar det sig att kommunicera:

Fler och fler som börjar använda möjligheterna att kommunicera som vårt nya IT-verktyg har öppnat vittnar om att det ger effekt i form av ökat medlemsintresse. Jag hade kunnat tipsa mer om kommunikation i form av aktiv hemsida, hur bra det är att medlemmarna har klubben i fickan genom CR-appen, sociala medier, webbmöten och en massa annat kul. Men det hinner vi inte med i denna form av PETS.

För att stötta dig och dina kollegor i i distriktets klubbar kommer vi därför att erbjuda webinarer i olika ClubRunner-funktioner.

Där ser ni. Jag har alltid predikat att ClubRunner
Inte är IT utan kommunikation... /Mats



Då är vi klara med del 3 av PETS.
Vi har nu tagit två steg på vår fyrastegsraket
som leder till vårt mål

GROW ROTARY

Fokusområden:



Nya medlemsformer
NYA klubbar



Kommunikation



Utveckla din klubb

Rotary Opens Opportunities

PEOPLE OF ACTION

39

MEDLEMSÖKNING

GENOMSNITTSÅLDER



SÄNKT
ÅLDER
11
ÅR

70%

Och sist men inte minst så vill vi ha er feedback.
Har du frågor kan dessa också ställas här.
Vi ser gärna att alla inkommande presidenter, sekreterare och skattmästare visar att man tagit del av PETS del 3 genom att svara på de enkla frågorna i nedanstående enkät.

