

NSSF Handlingsplan 2014 – 2016

6. Marked, Kommunikasjon og Økonomi

Denne handlingsplanen har som formål at tiltak som er beskrevet i NSSFs Langtidsplan for perioden 2014 – 2018 blir fulgt opp av konkrete handlinger, slik at valgte strategier følges og satte mål kan nås.

Formål og/beskrevet tiltak	Tiltak	Ansvarlig	Frist	Status
Profil og omdømme (PO) A) Øke stolthet og forsterke eierskap til NSSFs verdier i hele organisasjonen.	1. Spørre aktører i skiskytter-Norge hva de forbinder med verdiene våre. 2. Utarbeide filmer som forklarer verdiene våre basert på spørreundersøkelsen. 3. Reise ut til kretsene og forklare verdiene våre. 4. Lage en logo med verdiene våre som kan brukes på materiell, klær (T-skjorte). 5. Synliggjøre verdiene på nettsiden.	1. Therese 2. Gunnar 3. Gunnar, Marian 4. Gunnar 5. Lene, Marian	01.06.15 01.09.15 01.03.16 01.05.15 01.05.15	
Profil og omdømme (PO) B) Skape en tydelig og enhetlig profil for NSSF.	1. Legge alle maler på intranettet og sørge for enkel innlogging til alle. 2. Utarbeide en USB med maler til sentrale personer. 3. Opparbeide en billedatabase via Scanpix som er tilgjengelig for alle i organisasjonen. 4. Lage en folder i lommeformat som ivaretar profilen vår/de viktigste punktene fra langtidsplan og viktig info om NSSF. 5. Bruke SKIsport og andre medier til å fronte verdiene våre.	1. Lene 2. Lene 3. Lene 4. Therese 5. Gunnar, Morten, Rakel, styret	01.12.14 06.02.15 Utvikles kontinuerlig 01.02.15 Kontinuerlig	OK OK
Profil og omdømme (PO) C) Bygge utøvere som ivaretar NSSFs profil og verdier.	1. Stille eliteutøvere og organisasjonen tilgjengelig for TV-serie som lages fram til VM 2016. Selge inn dette til eliteutøverne. 2. Utarbeide prosjekt: eliteutøvere/rekrutt/junior – unge utøvere, arrangere øvelser/treninger sammen. Få med media på dette. Noen av våre junior/rekruttutøvere blir ambassadører for dette. Lage geografisk oversikt over utøverne og se på miljø og media der utøverne er fra. 3. Oppfordre utøverne til å være seg selv. Dette ved å være til stede på alle WC og legge til rette for utøvernes kontakt med media. Også ha med et kamera ut på WC og inviterer media til settinger med utøverne.	1. Gunnar, Morten 2. Lene, Morten 3. Gunnar, Morten, Lene og Therese	I prosess 01.02.15 Prosjekt- beskrivelse: OK Kontinuerlig	

Profil og omdømme (PO) D) Utvikle og trene på krise- og beredskapsplaner.	1. Kriseplan inn i lommerformatfolderen. 2. Utarbeide/gjennomgå/oppdatere hva som er en krise og hvem som uttaler seg om hva. 3. Presentere dette på kretsledermøtet.	1. Gunnar 2. Gunnar, Rakel 3. Gunnar	01.03.15 Kontinuerlig. På hver strategisamling og storsamling Vår 15	
Marked (M) A) Utvikle en tydelig markedsprofil for NSSF.		Gunnar	Kontinuerlig	
Marked (M) B) Ha fokus på aktivering og nytenkning som sponsorobjekt.		Gunnar og Therese	Kontinuerlig	
Marked (M) C) Skape merverdi for våre samarbeidspartnere og være leveransedyktige.		Gunnar, Morten og Therese	Kontinuerlig	
Marked (M) D) Videreutvikle NSSF som kommersielt produkt.		Gunnar, Morten og Therese	Kontinuerlig	
Marked (M) E) Kapitalisere på verdien og legge til rette for en forutsigbar inntekt.	1. Årlige møter med øverste ledelse hos samarbeidspartnere.	Gunnar, Rakel	Årlig - WC Holmenkollen	
Marked (M) F) Ivareta struktur og rettigheter til NSSF gjennom gode avtaler internt og eksternt.	1. Utarbeide hefte med info om våre viktigste sponsorer og hva som forventes av utøverne ifm sponsorer. 2. Begeistringsstafett. Skape ambassadører i bedriftene. 3. Utarbeide salgsmal til krets/klubb/team	1. Therese 2. Therese 3. Gunnar	01.12.14 15.02.15 01.06.15	OK OK
Kommunikasjon (K) A) Implementere en strategi for kommunikasjon og mediehåndtering.	1. Oppdatere kommunikasjonsstrategi ift dagens langtidspan 2. Utarbeide plan for ideell intern kommunikasjon 3. Utarbeide strategi for hvordan vi skal presentere laguttak	1. Lene og Gunnar 2. Lene og Gunnar. 3. Lene, Morten Gunnar	01.03.15 01.03.15 01.03.15	
Kommunikasjon (K) B) Ta posisjon som den mest attraktive vinteridretten i det norske mediebildet.	1. Jobbe proaktivt for mediedekning og slik sette dagsorden. 2. Gi media saker eksklusivt. 3. Kartlegge medias behov. 4. Sørge for at utøverne forstår verdien av å være tilgjengelige for media gjennom utøverhåndbok og gis innblikk i medias behov.	1. Lene 2. Gunnar 3. Gunnar 4. Gunnar	Kontinuerlig Kontinuerlig Kontinuerlig 01.03.15	
Kommunikasjon (K) C) Vi skal segmentere kommunikasjon i fra NSSF, og være offensive også i sosiale medier i samarbeid med våre utøvere.	1. Opprette Facebooksider/instagram for alle landslag og være med å administrere sidene. 2. Bruke sosiale medier til å få trafikk inn på hjemmesiden. 3. Sjekke ut muligheten for å bruke sosiale kanaler til å vise klipp/saker fra egne renn i samarbeid med partnere.	1. Lene 2. Lene og Therese 3. Lene, Therese, Gunnar	01.05.15 Kontinuerlig 01.03.15	

Kommunikasjon (K) C) Vi skal segmentere kommunikasjon i fra NSSF, og være offensive også i sosiale medier i samarbeid med våre utøvere.	1. Opprette Facebooksider/instagram for alle landslag og være med å administrere sidene. 2. Bruke sosiale medier til å få trafikk inn på hjemmesiden. 3. Sjekke ut muligheten for å bruke sosiale kanaler til å vise klipp/saker fra egne renn i samarbeid med partnere. 4. Lage en oversikt over hva vi legger ut hvor/hvem vi snakker til hvor. 5. Styremøter – saker fra styret som vi publiserer på en kommunikasjonskanal. Eget punkt på styremøter. 6. Utarbeide plan for hvordan vi kan bruke sosiale kanaler i samarbeid med samarbeidspartnere og media	1. Lene 2. Lene og Therese 3. Lene, Therese, Gunnar 4. Lene og Therese 5. Gunnar 6. Lene, Therese og Gunnar	01.05.15 Kontinuerlig 01.03.15 01.03.15 Kontinuerlig, ifm hvert styremøte 01.03.15	
Kommunikasjon (K) D) Vår hjemmeside skal være den beste informasjonskanalen til organisasjonen, og legge til rette for å dele informasjon med klubb- og krets.	1. Utrede mulighetene for NSSF-TV som viser aktivitet på nasjonalt nivå samt instruksjonsvideoer for å illustrere skiskyting på en bedre måte.	1. Gunnar, Vegar, eksterne	01.06.15	
Kommunikasjon (K) E) Medietrening av utøvere og sentrale personer i organisasjonen.	1. En orientering til alle landslag holdes av markeds/kommunikasjonssjef.	1. Gunnar	01.06.15	
Økonomi A) Jobbe politisk for bedre rammevilkår for klubb, krets og forbund.	1. Økonomisjef med rolle i økonomiutvalget. 2. President stiller seg til rådighet i politiske saker. 3. Delta sterkere i den politiske debatten, være med synlige der det angår våre rammebetingelser.	Stig President Rakel/president/styret	Ikke valgt Kontinuerlig Kontinuerlig	IG
Økonomi B) Gode regnskapsrutiner og stram kostnadskontroll, skal sette forbundet i stand til å ta fornuftige økonomiske beslutninger på kort- og lang sikt.	1. Halvårlige møter med budsjettansvarlige. 2. Utarbeide månedlige trenerrapporter for god kostnadskontroll og økonomiforståelse også blant trenere. 3. Utøverhåndbok utarbeides for alle utøvere på landslag. 4. kvartalsvis gjennomgang med VM2016 på status økonomi	Stig Stig Stig Stig	Kontinuerlig Kontinuerlig 15.03.15 kvartalsvis	14: OK
Økonomi C) Forbundets største og		WC prosjektleder	Kontinuerlig	