



VIESTINTÄSTRATEGIA

2018-2020

Turun Cheerleadingseura Smash ry

SISÄLLYS

1 VIESTINTÄSTRATEGIA 2018-2020	3
2 VIESTINNÄN VISIO JA MISSIOT	4
3 VIESTINNÄN TAVOITTEET JA TEHTÄVÄT	5
4 SEURAN BRÄNDI	7
5 VIESTINNÄN KOHDERYHMÄT	8
5.1 Viestinnän tavoitteet kohderyhmittäin	8
5.2 Viestintäkanavat	10
5.2.1 Sähköposti	11
5.2.2 Facebook-ryhmä	11
5.2.3 myClub.....	12
5.2.4 Nettisivut	12
5.2.5 Facebook-sivu.....	12
5.2.6 Instagram	13
5.2.7 Lehti-ilmoitukset, lehtiartikkelit ja lehdistötiedote	13
5.2.8 Blogi.....	13
6 VIESTINNÄN KUMPPANIT	15
7 VIESTINNÄN MITTARIT	16
7.1 Sisäiset viestintäkanavat	16
7.2 Ulkoiset viestintäkanavat	16
8 VASTUUALUEET	18
8.1 Sisäiset viestintäkanavat	18
8.2 Ulkoiset viestintäkanavat	18

1 VIESTINTÄSTRATEGIA 2018-2020

Tässä viestintästrategiassa kuvataan tarkemmin TCS Smashin viestinnän tavoitteita ja tehtäviä. Viestintästrategiassa verrataan toiminnan nykytilaa organisaation tavoitteisiin ja pohditaan, miten viestinnällisesti tavoitteiden saavuttamista voidaan edistää.

Viestintästrategian on laatinut toiminnanjohtaja yhteistyössä hallituksen kanssa.

Viestintästrategia määrittää seuran päivittäisen viestinnän linjat ja tehtävät pitkällä tähtäimellä. Viestintästrategian pohjalta toiminnanjohtaja luo vuosittain päivittäistä viestintää ohjaavan suunnitelman, jota työntekijät toteuttavat sovitusti.

2 VIESTINNÄN VISIO JA MISSIOT

Seuran vision 2020 mukaan ”TCS Smash on toimintansa laadusta tunnettu urheiluseura, jonka urheilijat menestyvät kansallisella ja kansainvälisellä tasolla.”

Viestinnän visio on linjassa edellä esitetyn koko seuran toimintaa ohjaavan vision kanssa ja sillä kuvataan tavoitetilaa, johon koko seuran viestinnällä pyritään pääsemään:

Viestinnän suunnitelmallisuus ja avoimuus tukevat mielikuvaa TCS Smashista ammattimaisena ja menestyvänä urheiluseurana.

Sisäisen ja ulkoisen viestinnän missiot kuvaavat puolestaan tarkemmin sitä, **miksi** sisäistä ja ulkoista viestintää käytännössä seurassa tehdään:

TCS Smashin sisäisellä viestinnällä tavoitetaan määritellyt sisäisen viestinnän kohderyhmät, pidetään heidät ajan tasalla seuran asioista ja kannustetaan heitä osallistumaan seuran toimintaan.

TCS Smashin ulkoinen viestintä rakentaa arvojen mukaista mielikuvaa seuran toiminnasta ja lisää samalla seuran sekä lajin tunnettuutta.

3 VIESTINNÄN TAVOITTEET JA TEHTÄVÄT

Viestinnän tavoitteet perustuvat seuran strategiassa määriteltyihin strategisiin pitkän aikavälin tavoitteisiin, joita ovat:

1. Vakaa talous sekä tehokas ja laadukas seuratoiminta

2. Kilpa- ja huippu-urheilu toiminnan lähtökohtana

3. Harrasteliikunta kaiken mahdollistajana

Suunnitelmallisen viestinnän avulla voidaan edistää näiden tavoitteiden saavuttamista. Seuraavaksi esitellään lyhyesti, miten strategisia tavoitteita viestinnän keinoin pyritään edistämään:

1. Vakaa talous sekä tehokas ja laadukas seuratoiminta

- Seuran hallinnon esitleminen monipuolisesti eri viestintäkanavissa (mm. tekijät, dokumentit, kokoukset).
- Yhteisöllisyyden ja fanikulttuurin esitleminen monipuolisesti eri viestintäkanavissa (mm. tempaukset, yhteistreenit, tuotteet).
- Arvot, visio ja slogan esille hallilla (tasainen levittäminen Lounge, käytävä, halli ja toimisto)
- Sinettiseura/Tähtiseura-viestintä (mm. raportissa esille nostettuja asioita).

2. Kilpa- ja huippu-urheilu toiminnan lähtökohtana

- Laadukkaiden ja turvallisten harjoittelumahdollisuudet esitleminen monipuolisesti eri viestintäkanavissa (mm. harjoitusolosuhteiden kehityssuunnitelmat, hallin koko, mattojen määrä, ainoa tanssimatto, toimisto).
- Profiloituminen kilpa- ja huippu-urheiluseuraksi myös eri viestintäkanavissa (esim. majurinkileirit, maju-urheilijat, akatemiaurheilijat, Olympiakomitean ja akatemian julkaisujen jakamista).
- Valmentaja-akatemian rakentaminen ja prosessin esitleminen monipuolisesti eri viestintäkanavissa (mm. seurayhteistyö, teoriatieto, tarinat).
- Unelmapolku esille hallilla (tasainen levittäminen eri materiaalien osalta Lounge, käytävä ja halli).
- Kilpa- ja edustusvalmennuksen esitleminen monipuolisesti eri viestintäkanavissa (mm. valmennuskokemusvuodet, koulutus, juttusarjat kokeneista valmentajista).

3. Harrasteliikunta kaiken mahdollistajana

- Kasvattavan ja tukevan valmennuksen esittelemine monipuolisesti eri viestintäkanavissa (mm. hallin toimintasäännöt, joukkueiden pelisäännöt).
- Lähikuntatoiminnan ja harrasteryhmien esittelemine vaihtoehtona monipuolisesti eri viestintäkanavissa (mm. sijainti, sisältö).
- Harrastevalmennuksen esittelemine monipuolisesti eri viestintäkanavissa (mm. valmennuskokemusvuodet, koulutus, juttusarjat kokeneista valmentajista)
- Liikunnan ja joukkuelajin hyötyjen esittelemine monipuolisesti eri viestintäkanavissa (mm. yhteys oppimiseen, vuorovaikutustaidot, ystävät).

TCS Smashin toimintaa ohjaavat strategisten tavoitteiden lisäksi seuran arvot: laadukkuus, yhteisöllisyys ja kasvatuksellisuus, joiden esille tuominen viestinnässä edistää myös strategisten tavoitteiden saavuttamista.

Laadukkuus näkyy seuran toiminnassa läpileikkaavasti valmennuksessa, olosuhteessa, työntekijöiden ja hallituksen osaamisessa sekä seuran toiminnan suunnitelmallisuudessa.

Yhteisöllisyys on kehittynyt seurassa viime vuosien aikana muun muassa yhteisen olosuhteen kautta. Lisäksi yhteisöllisyyteen esimerkiksi valmentajien välillä on kiinnitetty huomiota.

Kasvatuksellisuus on osa seuran valmennuslinjaa ja sitä korostetaan muun muassa valmentajien perehdytystilaisuudessa. Kasvatuksellisuus näkyy käytännössä myös esimerkiksi joukkueiden pelisäännöissä ja seuran säännöissä.

4 SEURAN BRÄNDI

Viestinnällä luodaan seuran vision sekä arvojen mukainen mielikuva seuran toiminnasta, mikä vahvistaa seuran haluttua brändiä. Seuran arvot ja visio on esitelty tarkemmin luvuissa kaksi ja kolme.

Seuran brändi on seuran sisäisen arvion ja muilta lajiseuroilta kuultujen kommenttien mukaan jo nyt lähellä toivottua mielikuvaa. Arvopohjasta erityisesti **laadukkuus** ja **kasvatuksellisuus** ovat jo selvä osa TCS Smashin brändiä. Meitä pidetään ammattimaisena seurana, jossa urheilullinen elämäntapa on kiinteä osa toimintaa. **Yhteisöllisyyden** arvon esille tuominen on siis jatkossa tärkeää, jotta brändiä saadaan vietyä haluttuun suuntaan.

Visiossa laadukkaan toiminnan lisäksi esille nostetaan menestyminen sekä kansallisella että kansainvälisellä tasolla. Menestymistä osana seuran brändiä pystytään nostamaan esille luonnollisesti kilpailuiden yhteydessä tehtävässä viestinnässä.

Kuvassa 1 on esitetty yksi mahdollinen tapa viestiä seuran brändistä visuaalisesti.



Kuva 1 Seuran brändiin tiivistyvät seuran arvomaailma sekä seuran visio.

5 VIESTINNÄN KOHDERYHMÄT

Seuran viestintä kohdistuu erikseen määritellyille sisäisille ja ulkoisille kohderyhmille.

Sisäiset kohderyhmät:

- Jäsenistö
- Valmentajat
- Työntekijät
- Hallitus

Ulkoiset kohderyhmät:

- Huoltajat
- Yhteistyökumppanit
- Suuri yleisö
- Tiedotusvälineet

Seuralla on erillinen kriisiviestintäsuunnitelma, joka on valmentajien ja työntekijöiden saatavilla Intrassa.

5.1 Viestinnän tavoitteet kohderyhmittäin

Seuraavaksi määritellään, millaisia viestinnällisiä tavoitteita seuran eri kohderyhmiin liittyy. Lisäksi listataan, millaisia toimenpiteitä eri kohderyhmissä tehdään, jotta kohderyhmät saadaan toimimaan ja ajattelemaan halutunlaisesti.

Jäsenistö:

- Kehitetään sosiaalisen median sekä myClubin kautta tehtävää viestintää, jolloin puhelimitse ja sähköpostitse tehtävän asiakaspalvelun määrä vähenee.
- Saadaan jäsenistö kiinnostumaan päätöksentekoon vaikuttamisen mahdollisuudesta viestimällä erilaisista osallistumismahdollisuuksista innostavasti.
- Viestitään aiheista, jotka halutaan nostaa kyseisen kohderyhmän keskustelun kohteiksi.
- Lisätään positiivissävytteistä keskustelua viestimällä itse positiivisesti halutuista aihepiireistä.
- Viestitään arvostuksesta jäseniä kohtaan nostamalla heidän tarinoitaan esille säännöllisesti sekä seuran sisäisissä että ulkoisissa viestintäkanavissa.

Valmentajat:

- Saadaan valmentajat kiinnostumaan seuran kehittämiseen liittyvästä toiminnasta viestimällä erilaisista osallistumismahdollisuuksista innostavasti.
- Lisätään positiivissävytteistä keskustelua viestimällä itse positiivisesti halutuista aihepiireistä.
- Viestitään arvostuksesta valmentajia kohtaan nostamalla heidän tekemänsä työ esille säännöllisesti sekä seuran sisäisissä että ulkoisissa viestintäkanavissa.

Työntekijät:

- Lisätään positiivissävytteistä keskustelua viestimällä itse positiivisesti halutuista aihepiireistä.
- Viestitään arvostuksesta työntekijöitä kohtaan nostamalla heidän tekemänsä työ esille säännöllisesti sekä seuran sisäisissä että ulkoisissa viestintäkanavissa.

Hallitus:

- Lisätään positiivissävytteistä keskustelua viestimällä itse positiivisesti halutuista aihepiireistä.
- Viestitään arvostuksesta hallitusta kohtaan nostamalla heidän tekemänsä työ esille säännöllisesti sekä seuran sisäisissä että ulkoisissa viestintäkanavissa.

Huoltajat:

- Saadaan huoltajat kiinnostumaan joukkueiden sekä laajemmin koko seuran toiminnasta viestimällä erilaisista osallistumismahdollisuuksista innostavasti.
- Viestitään aiheista, jotka halutaan nostaa kyseisen kohderyhmän keskustelun kohteiksi.
- Lisätään positiivissävytteistä keskustelua viestimällä itse positiivisesti halutuista aihepiireistä.
- Viestitään arvostuksesta huoltajia kohtaan nostamalla heidän roolinsa esille säännöllisesti sekä seuran sisäisissä että ulkoisissa viestintäkanavissa.

Yhteistyökumppanit:

- Viestitään aiheista, jotka halutaan nostaa kyseisen kohderyhmän keskustelun kohteiksi.

- Luodaan pitkäaikaisia ja arvostukseen perustuvia yhteistyökumppanuuksia nostamalla yhteistyökumppanuudet esille säännöllisesti sekä seuran sisäisissä että ulkoisissa viestintäkanavissa.

Suuri yleisö:

- Viestitään aiheista, jotka halutaan nostaa kyseisen kohderyhmän keskustelun kohteiksi.
- Viestitään uusien harrastajien mukaan ottamisesta ajoissa ja monipuolisesti.

Tiedotusvälineet:

- Viestitään aiheista, jotka halutaan nostaa kyseisen kohderyhmän keskustelun kohteiksi.
- Viestitään tuloksista ja toiminnasta selkeästi aina kun siihen on aihetta.

5.2 Viestintäkanavat

Seuraavaksi määritellään seuran käytössä olevat viestintäkanavat ja miten niitä eri kohderyhmissä hyödynnetään.

Sisäiset viestintäkanavat

- Sähköposti
- Seuran Facebook-ryhmä (valmentajien sivusto)
- myClub-jäsenrekisterijärjestelmä
- Intranet
- Google-kalenteri

Ulkoiset viestintäkanavat

- Seuran nettisivut
- Seuran Facebook-sivu
- Seuran Instagram
- Lehti-ilmoitukset ja lehtiartikkelit
- Lehdistötiedotteet
- Blogi

Viestintäkanavien lisäksi seurassa toteutetaan sisäistä viestintää muun muassa noin kuuden viikon välein järjestettävien valmentajakokousten sekä muiden kasvokkaisten tapaamisten kautta.

Viestintästrategiaan pohjautuvassa viestintäsuunnitelmassa kuvataan tarkemmin, miten viestintää joka päiväisessä toiminnassa missäkin kanavassa tehdään.

5.2.1 Sähköposti

Iso osa seuran sisäisestä viestinnästä toteutuu edelleen sähköpostitse. Toiminnanjohtaja, valmennusvastaavat, seurakoordinaattori ja seuratyöntekijä tiedottavat kaikkia valmentajia koskevista asioista valmentajien sähköpostilistojen välityksellä. Seuran tavoitteena on ollut syksystä 2017 lähtien vähentää sähköpostitse tapahtuvan viestinnän määrää.

5.2.2 Facebook-ryhmä

Seuralla on Facebookissa ryhmä, jossa jäseninä ovat kaikki valmentajat, valmennusvastaavat, seuratyöntekijä, seurakoordinaattori, hallivalvoja, toiminnanjohtaja sekä hallituksen puheenjohtaja.

Toiminnanjohtaja, seurakoordinaattori ja valmennuskoordinaattori käyttävät ryhmää viestintäkanavana lähinnä nopeaa reagoitua vaativissa tilanteissa sekä epävirallisemmissa viestintätapauksissa.

Valmentajat käyttävät ryhmää esimerkiksi sijaisten etsimiseen tai akuutteihin hallia koskeviin viestintätilanteisiin.

Vuoden 2018 alusta alkaen toiminnanjohtaja on julkaissut maanantaisin viikkotervehdyksen, johon on koottu toimistolla työskentelevien työntekijöiden kyseisen viikon työtehtäviä sekä muistutettu viikon tapahtumista ja deadlineista. Viikkotervehdyksen tarkoituksena on lisätä avoimuutta ja yhteisöllisyyttä sekä toimia kokoavana muistutuksena valmentajille, koska palautetta sähköpostiliikenteen paljoudesta on saatu.

Koska kaikki valmentajat ovat ryhmässä, on se hyvä viestintäväylä silloin kun kaikki valmentajat halutaan varmasti tavoittaa. Ryhmän julkaisut pyritään pitämään kuitenkin kohtuullisissa määrissä, joita aidosti tärkeät viestit eivät huku muiden joukkoon.

Valmentajien Facebook-ryhmä edistää viestinnän keinoin seuran tavoitteita lisäämällä yhteisöllisyyttä ja avoimuutta seuran sisällä. Ryhmä toimii myös keskustelufoorumina valmentajien mielipiteille ja kehitysideoille.

5.2.3 myClub

Jäsenistölle lähetetään jäsentiedote myClubin kautta noin kerran kuukaudessa. Sisältönä ovat ajankohtaiset asiat kuten esimerkiksi kilpailut ja tapahtumat. Tiedotteissa nostetaan jatkossa esille myös muita viestinnän tavoitteiden kannalta oleellisia aiheita.

Yleisten tiedotteiden kevät- ja syyskokouksista lähetetään erilliset kokouskutsut. Tarvittaessa voidaan lähettää myös muita ylimääräisiä tiedotteita.

Tiedotteet lähetetään myClubin kautta jäsenistölle sekä valmentajille. Lisäksi toiminnanjohtaja lähettää tiedotteet sähköpostitse seuran hallitukselle ja työntekijöille.

5.2.4 Nettisivut

Nettisivut pidetään ajan tasalla. Niiden sisältöä päivitetään viikoittain. Kevät- ja syyskauden alussa nettisivuille päivitetään joukkueiden tiedot, harjoitusvuorot sekä tapahtumakalenteri. Kauden aikana tietoja päivitetään tarpeen vaatiessa.

Nettisivujen etusivulle päivitetään ajankohtaiset uutiset. Näitä ovat esimerkiksi joukkueenjakoinfot, seuran tapahtumat, kilpailut, valmentajahaku ja näytösasiat.

Nettisivujen sisältöä kehitetään jatkuvasti. Nettisivujen kautta tiedottaminen tapahtuu ensisijaisesti suurelle yleisölle eli käytännössä potentiaalisille uusille jäsenille ja muille tahoille, jotka ovat kiinnostuneita seuran toiminnasta. Tämä pidetään mielessä nettisivujen kehittämistä suunniteltaessa.

Nettisivujen yhteydessä on myös seuran sisäiseen käyttöön tarkoitettu Intranet, johon on ladattu seuran toimintaa ohjaavat dokumentit, valmennuksen tueksi luodut Unelmapolku materiaalit sekä valmentajapalaverien muistiot.

5.2.5 Facebook-sivu

Facebookia päivitetään vähintään kerran viikossa. Aktiivisuus vaihtelee lomien, seuran ja joukkueiden tapahtumien sekä muun Facebookiin tarkoitetun materiaalin määrän mukaan. Päivitykset perustuvat viestintästrategian pohjalta luotuun viestintäsuunnitelmaan, mutta myös spontaaneja lisäpäivityksiä tehdään.

Facebookissa seuraajia tiedotetaan nettisivun uutisia epävirallisemmista ajankohtaisista asioista, kuten seuran ja joukkueiden tapahtumista. Nettisivuilla julkaistut uutiset jaetaan

aiheesta riippuen myös Facebookissa. Sinne luodaan lisäksi seuran kevät- ja talvinäytösten tapahtumasivustot.

Facebookin kautta tiedottaminen tapahtuu jäsenistön lisäksi heidän huoltajilleen ja potentiaalisille uusille jäsenille. Tämä huomioidaan Facebook-päivitysten aiheissa ja sisällössä.

5.2.6 Instagram

Instagramia päivitetään noin 4-7 kertaa viikossa. Päivitykset perustuvat viestintästrategian pohjalta luotuun viestintäsuunnitelmaan, mutta myös spontaaneja lisäpäivityksiä tehdään.

Seuran Instagram-tilille päivitetään erilaisia seuran toimintaan liittyviä päivityksiä, joiden tarkoituksena on luoda avointa ilmapiiriä kertomalla seuran jokapäiväisestä toiminnasta. Lisäksi Instagram-tilillä jaetaan tarvittaessa TCS Smashin joukkueiden päivityksiä. Hallivalvoja päivittää myös viikoittaiset vapaavuorot seuran Instagram-tilille.

Hallitus on myöntänyt seuran joukkueille luvan oman joukkuekohtaisen Instagramin käyttöön. Päivittämisestä vastaavat joukkueiden valmentajat tai valmentajien määräämät henkilö

5.2.7 Lehti-ilmoitukset, lehtiartikkelit ja lehdistötiedote

Lehdistötiedotteet kirjoitetaan lajiin liittyvistä aiheista, joilla on uutisarvoa. Ne lähetetään median edustajille sähköpostitse ja ladataan seuran kotisivuille. Tiedoteviestiin lisätään linkki mahdollisiin lehdistökuviin. Mikäli TCS Smashin joukkue osallistuu kansainväliseen kilpailuun, lähetetään siitä etukäteen tieto medialle. SM- ja kansainvälisen tason kilpailutulokset raportoidaan lehdistötiedotteella median edustajille.

Mikäli median edustaja on itse yhteydessä kilpailuihin liittyen, ei lehdistötiedotetta ole tarvetta tehdä.

5.2.8 Blogi

Seuralle on avattu keväällä 2017 oma blogi. Toiminnanjohtaja on vastuussa blogin aktiivisesta päivittämisestä. Tavoitteena on, että blogia päivitetään noin kerran kuukaudessa. Blogiin päivitetään jokaisen hallituksen kokouksen jälkeen hallituksen terveiset, jonka avulla hallituksen toiminnan avoimuutta pyritään kehittämään.

Lisäksi blogiin voidaan kirjoittaa muita seuratoimintaan tai seuran urheilutoimintaan liittyviä juttuja. Blogi löytyy osoitteesta: <https://tcssmash.blogspot.fi/>

6 VIESTINNÄN KUMPPANIT

Seura on hyödyntänyt viestinnässä toistaiseksi vain vähän viestintäkumppaneita.

Rekrytointien yhteydessä on hyödynnetty SCL:ää tiedotuskanavana.

Sosiaalisessa mediassa jäsenistö jakaa Facebook-julkaisuja satunnaisesti eikä jäsenistöä ole varsinaisesti ohjeistettu näin tekemään, vaan kaikki perustuu vapaaehtoisuuteen.

TCS Smashin viestinnässä voidaan pohtia ainakin seuraavien kumppanien hyödyntämistä seuraavien vuosien aikana:

- Yhteistyökumppanit ja heidän viestintäkanaviensa hyödyntäminen
- Aktiiviset somettajat seurassa tai lajin parissa
- Muut lajiseurajat
- Työntekijät, valmentajat ja hallitus sekä muut vapaaehtoiset

Viestinnässä tehtävää yhteistyötä kehitettäessä on hyvä miettiä sitä, ketkä kuuluvat samaan heimoon eli kenen kanssa edistämme yhteistä asiaa. Yhteistyö heidän kanssaan edistää yhteisen asian eteenpäin viemistä.

7 VIESTINNÄN MITTARIT

Seuraavaksi kerrotaan, miten viestinnän tavoitteiden toteutumista mitataan.

7.1 Sisäiset viestintäkanavat

Sisäisten viestintäkanavien käyttöön ei liity varsinaisia mittareita, joiden avulla viestintää mitataan ja arvioidaan. Mahdollisia sisäisten viestintäkanavien mittareita kehitetään kauden 2019 aikana, mikäli se nähdään tarpeelliseksi.

7.2 Ulkoiset viestintäkanavat

Ulkoisten viestintäkanavien tunnusluvut otetaan tarkasteluun vuosittain. Vertailuluvut otetaan jokaisen kauden alussa ja lopussa eli tammi-, kesä-, elo- ja joulukuussa. Lukujen koonnista vastaa toiminnanjohtaja. Seuraavaksi esitellään tarkemmin millaisia tunnuslukuja missäkin ulkoisessa viestintäkanavassa seurataan.

Seuran nettisivut:

- Tällä hetkellä käytössä ei ole seurantatyökalua
- Kartoitetaan ilmaisen seurantatyökalun käyttöönottoa kevätkaudella 2018
- Seurantatyökalulla mitataan kävijämäärien kasvua kuluneelta ajanjaksolta.

Seuran Facebook-sivu:

- Sivutykkäykset mittausajankohtana
- Sivun näyttökerrat kuluneelta ajanjaksolta
- Julkaisumäärä kuluneelta ajanjaksolta
- Suosituin julkaisu kattavuudella mitattuna

Seuran Instagram:

- Seuraajamäärä mittausajankohtana
- Julkaisumäärä kuluneelta ajanjaksolta
- Suosituin julkaisu tykkäysmäärällä mitattuna
- Seuran virallisten hashtagien käyttö lukumäärällisesti julkisissa postauksissa

Lehti-ilmoitukset ja lehtiartikkelit:

- Julkaisumäärä kuluneelta ajanjaksolta

Lehdistötiedotteet:

- Julkaisumäärä kuluneelta ajanjaksolta

Blogi:

- Sivun katselumäärät kuluneelta ajanjaksolta
- Julkaisumäärä kuluneelta ajanjaksolta
- Suosituin teksti

8 VASTUUALUEET

Toiminnanjohtaja vastaa pääsääntöisesti seuran viestinnästä. Seuraavaksi määritellään viestintäkanavakohtaiset vastuut ja mitä ne tarkoittavat.

8.1 Sisäiset viestintäkanavat

Seuran työntekijöistä toiminnanjohtajalla, seurakoordinaattorilla ja seuratyöntekijällä on seuran virallinen sähköposti (@tcssmash.fi-loppuinen). Valmennusvastaavat ovat päättäneet, että on helpompaa käyttää henkilökohtaisia sähköpostiosoitteita valmentajien kanssa viestimiseen, joten he eivät ole ottaneet käyttöön seuran virallista sähköpostiosoitetta. Joukkueet pitävät yhteyttä vanhempiin pääsääntöisesti joukkueiden Gmail-sähköpostiosoitteiden kautta.

Seuran Facebook-ryhmässä kaikilla ryhmän jäsenillä on julkaisu-oikeus. Ylläpitäjinä ryhmässä toimivat toiminnanjohtaja, seurakoordinaattori ja seuratyöntekijä.

Toiminnanjohtajan vastuulla on koota seuran virallinen jäsentiedote, joka lähetetään Seuramapin kautta noin kerran kuukaudessa koko jäsenistölle. Lisäksi toiminnanjohtaja lähettää tiedotteet sähköpostitse seuran hallitukselle ja työntekijöille.

Nettisivujen yhteydessä toimivan Intranetin päivityksestä vastaa toiminnanjohtaja, jonka lisäksi Intranetiin materiaaleja voivat lisätä valmennusvastaavat sekä seurakoordinaattori. Heillä on nettisivujen ylläpitoon tarkoitetut tunnukset.

MyClubin-kalenterissa valmentajat voivat itse muokata vuoroja koskevia kalentereita (harraste-, tanssi-, lämmittely- ja kilpasalit, Alfa) sekä Lounge-tilan kalenteria. Valmentajat voivat peruuttaa omia vuorojaan sekä varata lisävuoroja toisten peruutetuista vuoroista. Loungetilaa voi varata esimerkiksi vanhempainiltoja varten. Vuorot ja leirivaraukset kauden vaihtuessa salikalentereihin merkitsee seurakoordinaattori. Leiri-kalenterin päivityksestä vastaa seurakoordinaattori. Tärkeisiin päivämääriin työntekijät merkitsevät omiin vastuualueisiinsa liittyvät deadlinet. Lomiin ja poissaoloihin työntekijät merkitsevät omat poissaolonsa tiedoksi kaikille. Hallivalvoja merkitsee vapaavuorot myös myClubiin.

8.2 Ulkoiset viestintäkanavat

Toiminnanjohtaja tarkistaa seuran nettisivujen ajantasaisuuden viikoittain ja tekee tarvittaessa muutoksia. Pääsääntöisesti toiminnanjohtaja kirjoittaa nettisivuille ajankohtaiset

uutiset. Lisäksi hän huolehtii kevät- ja syyskauden alussa kaikkien tietojen päivittämisestä. Seurakoordinaattori vastaa omiin työtehtäviinsä liittyvistä päivityksistä (esim. leirit, vuorot).

Toiminnanjohtaja on vastuussa Instagramin ja Facebookin aktiivisesta päivityksestä yhdessä muiden työntekijöiden kanssa. Kaikki työntekijät päivittävät seuran sosiaaliseen mediaan omiin vastuualueisiinsa liittyviä ajankohtaisia päivityksiä. Lisäksi kilpailuissa mukana oleva valmennusvastaava vastaa kilpailujen ajan seuran sosiaalisen median aktiivisesta päivittämisestä.

Lehdistötiedotteen kirjoittamisesta ja lähettämisestä vastaa toiminnanjohtaja tarvittaessa. Toiminnanjohtaja huolehtii suhteista lehdistöön.

Toiminnanjohtaja on vastuussa blogin aktiivisesta päivittämisestä. Toiminnanjohtaja voi tuottaa sisältöä itse tai pyytää jotain muuta kirjoittamaan valitusta aiheesta tekstiin blogiin.