



Kommunikationsstrategi

Danmarks Cykle Union

maj 2021

INDLEDNING

Kommunikations strategien for Danmarks Cykle Union beskriver ud fra hvilke principper og med hvilke mål vi kommunikerer. Kommunikationsstrategien er således det redskab, der udvikler og styrer DCU's kommunikation.

DCU's kommunikationsstrategi:

- har en direkte og synlig kobling til DCU's øvrige strategier.
- tager afsæt i disciplinernes årshjul og sæsonprogram.
- bygger på åbenhed, troværdighed og gennemsigtighed.
- understøtter de sportslige og kommercielle indsatser og målsætninger.
- skal trods fast opbygning være agil og ikke blot et statisk dokument.
- skal kunne 'fange momentet' og agere efter tendenser 'der rykker'.

Kommunikationsstrategien danner grundlaget for en stærk udadvendt kommunikation, med et fokus på, i videst mulig udstrækning at sikre, at DCU styrer processer og retning for kommunikationen og hvilke spor- og hvilke platforme der tages i anvendelse.

Med kommunikationsstrategien som omdrejningspunkt skal vi udvælge og bruge de relevante platforme og kanaler med en stillingtagen ud fra målgrupper og budskaber. I øjenhøjde med målgruppen skal vi kommunikere professionelt på alle vores platforme og i alt hvad vi gør, skal vi søge at skabe involvering og engagement.

Vi skal understøtte og bekræfte at 'vi er ALLE DCU'

"i øjenhøjde med målgruppen..."



Målsætning

DCU's kommunikationsstrategi er et led i målsætningen om at gøre DCU attraktiv gennem tydeliggørelse af, hvad vi kan gøre for klubber, medlemmer og for sporten generelt.

Strategien skal også styrke DCU's image som troværdig og attraktiv partner for samarbejdspartnere og sponsorer.

Målet er også gennem klar kommunikation at sikre, at det står klart for omverdenen (internt såvel som eksternt), hvad Danmarks Cykle Union står for og mener og hvorfor. Cykling handler om passion og det er der masser af i DCU.

Målsætningen med kommunikationsstrategien er:

- at sikre at DCU's medlemmer har kendskab til vores vision, værdier og retningslinjer.
- at sikre direkte kontakt med medlemmerne, så disse kan informeres om tiltag, ydelser, tilbud, politikker, retningslinjer m.v.
- at DCU's sponsorer og samarbejdspartnere sikres relevant eksponering i forhold til DCU's medlemmer og den øvrige omverden.
- At højne kendskabet generelt til DCU gennem formidling af 'gode historier' overfor den brede befolkning. DCU skal medvirke til at skabe nationalfølelse.
- at sikre intern vidensdeling og debat, der giver bestyrelse, udvalg, ledelse og ansatte mulighed for at arbejde i samme retning, samt at agere, debattere og kommunikere entydigt eksternt såvel som internt.
- At tydeliggøre hvad DCU står for og kan bruges til, så vi skaber øget begejstring i hele organisationen – ikke mindst blandt klubber og medlemmer.



*”Cykling handler
om passion
og det er der
masser af i DCU...”*

MÅLGRUPPER

Målgrupperne for DCU's kommunikation er oplistet i eksterne og interne interessenter.

For hver gruppe gør sig gældende at der kan være en differentieret tilgang til disse.

Den primære målgruppe for Danmarks Cykle Unions kommunikation er DCU's medlemsklubber og deres medlemmer. Denne målgruppe, samt DCU's vision og værdier skal tænkes ind i alle former for kommunikation i organisationen. De skal være stolte af at være en del af DCU.

Ekstern målgruppe

Hvem:	Politiske interessenter (DIF/TDK m.fl.)
Hvorfor:	Behov for at styrke økonomi, politisk vægt
Hvad:	Bekræfte vores samarbejde
Hvordan:	Højt informationsniveau, medtages i komm.
Hvor:	Medier, SoMe, web, orienteringer
Hvem:	Sponsorer/partnere
Hvorfor:	Essentielle i forhold til at sikre økonomi
Hvad:	Bekræfte dem i valg af sponsorat
Hvordan:	Partnerskab, synlighed, inddragelse
Hvor:	Medier, SoMe, web, orienteringer
Hvem:	Presse/medier (tv, print, web)
Hvorfor:	Sikrer os eksponering og synlighed
Hvad:	De skal være fortrolige og trygge ved os
Hvordan:	Etablerede kontakter, Pr. medd./nyheder
Hvor:	Mailchimp, web, orienteringer



Intern målgruppe

Hvem:	Repræsentantskab
Hvorfor:	Besluttende politisk organ
Hvad:	Have overblik over DCU
Hvordan:	Orienteringer, nyhedsmails
Hvor:	Mailchimp, web, orienteringer
Hvem:	Distriktsbestyrelser/udvalg
Hvorfor:	Tæt led til discipliner
Hvad:	Indsigt i discipliner/DCU
Hvordan:	Orienteringer, nyhedsmails
Hvor:	Mailchimp, web, orienteringer
Hvem:	DCU's bestyrelse
Hvorfor:	Sætter strategi og retning
Hvad:	Overordnet indsigt i DCU/drift
Hvordan:	Best. møder, orienteringer
Hvor:	Orienteringer, direkte dialog
Hvem:	Klubformænd
Hvorfor:	Direkte led til klub/medlem
Hvad:	kendskab til "ydelser"
Hvordan:	Orienteringer, nyhedsmails
Hvor:	Mailchimp, web, orienteringer
Hvem:	Medlemmer
Hvorfor:	Vores eksistensgrundlag
Hvad:	Vise DCU's styrke & ydelser
Hvordan:	Nyhedsmails, web, Facebook
Hvor:	Mailchimp, web, Facebook, SoMe
Hvem:	Medarbejdere (+frivillige)
Hvorfor:	Roller, ansvar og opgaver
Hvad:	Sikre tilfredshed/ejerskab
Hvordan:	Interne orienteringer/ synlighed
Hvor:	Orienteringer, direkte dialog