

Dansk Skak Unions Informationspolitik 2017

Strategi

Dansk Skak Union har en informationspolitik der både henvender sig til nuværende medlemmer og potentielle medlemmer. For at fastholde de nuværende og tiltrække kommende medlemmer, skal der bruges ressourcer på kvalificeret målrettet indhold på udvalgte platforme.

Nuværende informationsveje og indsatsområder

De udvalgte platforme er de nuværende: Skakbladet, Skak.dk, Dansk Skak Union på Facebook samt pressetjeneste. De nye tiltag har fokus på at videreudvikle de eksisterende. Derudover oprette en ny underside til Skak.dk samt en ny Facebookside, som målrettet bruges til potentielle medlemmer og ungdomsskak. Det skal på Skak.dk's nye underside være nemt og overskueligt, at finde relevant information omkring en nærtliggende skakklub, hvor der findes juniortræning/begyndertræning og uvedkommende oplysninger skal derfor være sorteret fra.

Nye tiltag

Der skal senere forsøges med at oprette blogs der henvender sig til forskellige målgrupper: eksempelvis potentielt medlem, begynderen, klubspilleren og ambitiøse klubspillere. Kvalificeret indhold, træningsmateriale og inspiration skal medvirke til, at forskellige medlemmer af DSU kan finde personligt indhold der giver mulighed for at de via skaktræning kan blive bedre skakspillere.

Mulige tiltag

Det nye medlemslogin giver nye muligheder ved, at der indsamles e-mailadresser, som senere kan bruges til maillister, såfremt medlemmerne ønsker dette. E-maillister er ikke noget der vil blive prioriteret i første omgang, men kan senere blive brugt til henvendelser til nuværende og tidligere medlemmer.

Der kan bruges videomateriale som undervisningsmateriale og til live web-tv i forbindelse med turneringer eller streaming af interviews.

Presseberedskabet, der er til at besvare henvendelser fra pressen, må gerne i højere grad være med til at få skak på dagsordenen, nationalt som lokalt.

Når der kommunikeres aktivt fra Unionen til potentielle medlemmer, er det vigtigt, at klubberne har det nødvendige beredskab til at modtage nye medlemmer på bedste vis.

Ressourcer

Der forsøges, at få så meget som muligt ud af de nuværende ressourcer der bruges til skakbladet, skak.dk, DSU på Facebook samt pressetjenesten. Det kan blive nødvendigt at omprioritere midlerne for at kunne fokusere i

højere grad på potentielle medlemmer. Alternativt må der tilføres flere midler end de nuværende.

Konkrete tiltag

Skakbladet: Fire numre årligt med ca. samme sideantal. Større fokus på fastholdelse af nye medlemmer.

Redesign af skak.dk, mere mere fokus på ekstern kommunikation. Medlemskampagnen integreres som permanent del af den nye platform med en centralt styret distribution af interesserede til egnede/visiterede klubber.

Etablering af sponserpolitik