



Dato: 12/03 2018

København

TILBUD PÅ PROJEKT DER HAR TIL FORMÅL AT ØGE MEDLEMSTALLET I DSU

Konkrete tiltag, håndgribelige resultater

Denne strategi er udarbejdet som en helhedsplan, og har til formål at udbrede kendskabet til DSU i offentligheden, gøre DSU attraktiv overfor sponsorer, fange nye potentielle medlemmers opmærksomhed, og derigennem at øge medlemstallet i DSU.

Dette er en opfølgning på det oprindelige tilbud efter aftale med DSUs kontakt-gruppe bestående af Jakob Aabling, Thomas Hauge Vestergård og Poul Jacobsen.

INDHOLD

INDHOLD.....	1
HVAD ER NYT?.....	2
PROJEKTBEKRIVELSE.....	5
TILBUDSOVERSIGT.....	11
TILBUD 1.....	12
TILBUD 2.....	14
TILBUD 3.....	16
BILAGSOVERSIGT.....	18

HVAD ER NYT?

Efter et godt og udbytterigt kontakt-gruppemøde er vi kommet frem til nedenstående ændringer i tilbuddet.

3 VERSIONER AF TILBUD

Vi har besluttet at lave 3 versioner af tilbuddet:

Tilbud 1 (Det originale tilbud)

- Videoer
- Flagskibsarrangementer
- Lokale arrangementer
- Grafisk stil og sammenhængskraft.

Tilbud 2

- Videoer
- Flagskibsarrangementer
- Grafisk stil og sammenhængskraft

Tilbud 3

- Videoer
- Grafisk stil og sammenhængskraft.

VIDEOER VINKLES TIL BRUG VED FUNDRAISING

Alt videomateriale jeg producerer, bliver brugbare til fundraising. Videomaterialet vil kunnes bruges byggeklodser, der senere kan sammenklippes efter behov, for at målrette en fundraising-video til en specifik modtager.

SAMARBEJDE MED DSU OM VISITATION TIL KLUBBER

For at DSU opnår det maksimale udbytte af kampagnen, indgår jeg i et samarbejde med en gruppe, der bliver oprettet med formålet at klargøre skakklubber og visitere nye medlemmer hertil.

LANDING PAGE OG FACEBOOK

Jeg indgår i et samarbejde med Thomas Hauge Vestergård om, at producere en såkaldt "landing page", d.v.s. en simpel og attraktiv hjemmeside der henvender sig specifikt til potentielle medlemmer. Vi vil også arbejde sammen om, at promovere videoer og arrangementer på Facebook, så vi når ud til alle de interesserede.

SYNLIGHED GØR DSU ATTRAKTIV FOR SPONSORER

Moderne videomateriale, synlighed på sociale medier og farverige skakbegivenheder vil gøre DSU til en oplagt samarbejdspartner for sponsorer, der netop ønsker en sådan eksponering. Eksempelvis har Carlsberg meldt sig som hovedsponsor på Chateau Motel-arrangementet (det Københavnske flagskibsarrangement). Vi har i gruppen diskuteret hvordan DSU kan drage nytte af den ved projektet opnåede synlighed til, at tiltrække flere store sponsorer til DSU. Disse overvejelser er nu skrevet ind i tilbuddet.

AFRAPPORTERING

Udover den månedlige skriftlige afrapportering om projektets forløb, vil jeg til 2 HB-møder (ét i midten af forløbet og ét i slutningen) aflægge mundtlig rapportering og svare på spørgsmål fra HB. Læs mere i afsnittet "Samarbejde med DSU".

INDSAMLING AF E-MAIL ADRESSER TIL TARGETING

Til alle begivenheder vil jeg lave indsamlinger af e-mails fra interesserede. Disse kan bruges til at målrette reklamer for DSU via Facebook, informere om DSUs arbejde via nyhedsbreve og invitere til fremtidige skakbegivenheder.

PRÆCISERING AF PUNKTET "DSU I MEDIERNE"

Det fremstod ikke tilstrækkeligt klart i det originale tilbud, hvad dette punkt dækker over.

- at svare på beskeder og kommentarer på YouTube, Facebook og andre sociale medier
- at dele og promovere arrangementer og videoer med pressen samt på Facebook
- at skrive pressemeddelelser og henvendelser til eksempelvis Go' Morgen Danmark, Politikken og andre medier.

BUDGETSPECIFIKATION

For at give HB mere indsigt i, hvordan pengene til en videoproduktion bliver brugt, inkluderer jeg et specificeret budget for en promoveringsvideo i bilagene (bilag 2).

FEEDBACK PÅ FREMSKRIDT V. JAKOB AABLING

Hver anden måned vil jeg holde et "check-in" møde med Jakob Aabling. Jakob giver feedback på mit arbejde og vi diskuterer projektets fremskridt.

PROJEKTESKRIVELSE

- Promoveringsvideoer
- Stormestervideoer, der er eksklusive for medlemmer af DSU
- To store 'flagskibs'-arrangementer
- Lokale arrangementer
- Grafisk stil og sammenhængskraft
- Omtale af DSU i medierne
- Vidensproduktion til fremtidig brug

PROMOVERINGSVIDEOER

Jeg vil producere to rækker af underholdende og professionelle promoveringsvideoer for DSU.

1. Række et består af tre film, der giver begynderen en gradvis indføring i skak - fra de grundlæggende regler, over taktiske virkemidler til grundlæggende positionelle principper. Alt hvad man skal vide for at komme godt i gang med skak.

Formålet er at gøre DSU til begyndernes første og primære kontakt med skak. Videoerne vil være af høj professionel kvalitet og lægge vægt på at gøre læringen spændende og sjov. Til sidst i videoerne vil der være en opfordring til, at man går ned i sin lokale skakklub og lærer mere.

2. Række to består ligeledes af tre film. Disse vil fokusere på, at vise det danske skakliv i et positivt og spændende lys. I den første følger vi Jonas Bjerre. Vi ser hvor spændende, udfordrende og interessant det er at være konkurrencespiller. Videoen vil have et stort fokus på det personlige og vedkommende, så man bliver inspireret af Jonas' fantastiske talent og personlighed. De næste to videoer vil tage udgangspunkt i aktuelle skakbegivenheder - eksempelvis DM. Man bliver draget ind i skakkens

forunderlige verden og lærer de mange fantastiske personligheder og historier at kende, så man får lyst til at prøve at være med selv!

Jeg står yderligere for at oprette og vedligeholde en YouTube-kanal, hvor videoerne er tilgængelige for offentligheden. Jeg promoverer videoerne på de sociale medier og laver SEO (søgemaskineoptimering), således at man altid nemt kan finde dem.

Videoerne tilhører DSU uden tidsbegrænsning. De vil ligge online og tiltrække nye medlemmer så længe det ønskes.

Videoerne vil alle produceres på en sådan måde, at de kan klippes sammen på kryds og tværs med henblik på, at producere målrettede videoer til fundraising og sponsorater. DSU får udleveret filerne i højeste kvalitet, så DSU selv kan stå for en sådan redigering. Jeg står naturligvis også til rådighed for et sådant arbejde.

EKSKLUSIVE STORMESTERVIDEOER

Jeg vil producere seks film, der sætter fokus på det skaktekniske. I hver video vil der være en dansk stormester, der går i dybden med et emne. F.eks Jakob Vang Glud, der fortæller om tematiske idéer i Carlsbad-bondestrukturen, eller Lars Schandorff, der gennemgår en klassisk Capablanca-gevinst, for at vise vindende positionelle principper. Hver video vil vare omkring en time, gå i dybden med det skaklige og være *eksklusive for medlemmer af DSU*. Sådan giver vi et yderligere incitament til at melde sig ind.

FLAGSKIBSARRANGEMENTER

For at generere omtale i de landsdækkende medier og give danskerne en fuldstændig unik oplevelse af skak vil jeg lave to store begivenheder i henholdsvis København og Århus. Til arrangementet i København har jeg allerede indgået aftale med en fantastisk lokation og sikret 75.000 kr. i sponsorat *udover* Dansk Skak Unions investering. Der bliver tale om en fænomenal skakoplevelse, der appellerer

til både den totale begynder og den garvede mester. Hovedattraktionen bliver en match mellem et internationalt kvindehold, bestående af bl.a. GM Anna Muzychuk og IM Tania Sachdev på den ene side og et herrehold, bestående af danske mestre. Matchen tager afsæt i et af tidens mest omdiskuterede emner, nemlig kønsdebatten, således sikrer vi en massiv dækning i alle medier. Begivenheden finder sted på Chateau Motel, der er Københavns mest populære natklub. Køns-matchen bliver blot én af mange attraktioner på dagen! Se bilag 1 for en udførlig beskrivelse.

Disse begivenheder vil tjene til, at gøre DSU til en attraktiv samarbejdspartner for større sponsorer, der netop er interesseret i den slags synlighed og omtale, som sådanne arrangementer tilbyder. Carlsberg har allerede meldt sig som hovedsponsor for begivenheden i København.

Som Danmarks andenstørste by skal Århus naturligvis også have et stort arrangement. Jeg har mange spændende tanker og idéer på tegnebrættet, som jeg glæder mig til at arbejde videre på.

LOKALE ARRANGEMENTER

I samarbejde med lokale klubber vil jeg lave otte spændende arrangementer i større byer rundt i Danmark. Målet skal være at lave noget anderledes. Fokus vil ligge på det farverige, hyggelige og indbydende. Det handler hverken om at vinde eller tabe, men om at være med og have det sjovt. Det skal gøre DSU synlig for den almindelige dansker, fange mediernes interesse og give begyndere lyst til at være med - og til at komme igen! Arrangementerne skal have blikfang, en spændende lokation, indbydende stemning og selvfølgelig massevis af indmeldelsesblanketter til DSU!

GRAFISK STIL OG SAMMENHÆNGSKRAFT

I samarbejde med nogle dygtige grafikere vil jeg udvikle en 'grafikpakke' baseret på Dansk Skak Unions logo og historie. Grafikpakken indeholder f.eks. skrifttype, farveskema og designelementer, og pakken gør det nemt at producere flot og tidssvarende materiale.

Når DSU og landets klubber skal producere pressemateriale, plakater, hjemmesider o.l., får det et ensartet, moderne og flot grafisk udtryk. Alt materiale, jeg laver, vil naturligvis også blive holdt i denne stil, så hele DSU fremstår som en stærk og moderne organisation.

MEDIEOMTALE

Det er et grundlæggende tema i hele strategien at skabe opmærksomhed om DSU og vække interesse hos medierne. Jeg vil konstant arbejde for, at Dansk Skak Union bliver synliggjort i offentligheden, som afsender og ejer af alt materiale og arrangører til alle arrangementer. Jeg vil skrive pressemeddelelser, stille op til interviews og promovere de danske talenter og de vigtige konkurrencebegivenheder såsom DM i skak. Her kan jeg også trække på mine kontakter i Danmarks Radio og dagspressen.

Punktet indbefatter:

- At svare på beskeder og kommentarer på YouTube, Facebook og andre sociale medier
- At dele og promovere arrangementer og videoer med pressen samt på Facebook
- At skrive pressemeddelelser og henvendelser til eksempelvis Go' Morgen Danmark, Politikken og andre medier (i budgettet kaldet "opsøgende arbejde").

VIDENSPRODUKTION TIL FREMTIDIG BRUG

Når jeg er ude og samarbejde med lokale klubber om at lave skakbegivenheder, vil jeg sammenfatte vores erfaringer i en 'håndbog'. Denne manual kan DSU og klubber landet over bruge som inspiration til fremtidige arrangementer. Det er godt at lave ét spændende arrangement, men det er endnu bedre at gøre det år efter år og tiltrække flere og flere medlemmer. (evt og holde medlemstilvæksten i gang)

Jeg vil også trække på mit netværk i min egen græsrodsorganisation. Der er mange skakelskere, der ikke er medlem af DSU - endnu! Derfor vil jeg lave

fokusgrupper og lære, hvilke ønsker de har ift. skak i Danmark. Resultaterne af disse fokusgrupper vil jeg sammenfatte i rapporter, der kan informere Dansk Skak Unions fremtidige vækstarbejde.

GENERELT

I forbindelse med mit arbejde vil der være en del praktiske opgaver, såsom upload af videoer, management af sociale medier, opbevaring af råfiler og lignende. Alt dette er inkluderet i mit arbejde, således at DSU ikke får uventede udgifter til arbejdsopgaver.

SAMARBEJDE MED DSU

For at DSU kan opnå det maksimale udbytte af mit arbejde, vil jeg indgå i en løbende dialog med kontakt-gruppen, Thomas Hauge Vestergård og Jakob Aabling. Sådan kan vi koordinere vores indsats og skabe den størst mulige effekt. Vi vil også indsamle leads på mulige sponsorer og følge op på dem.

Hver måned vil sammenfatte resultaterne af mit arbejde i en rapport, der bliver gjort tilgængelig for Dansk Skak Unions hovedbestyrelse, således at de ligger til rådighed for enhver, der vil arbejde med at hverve nye medlemmer. Desuden vil jeg lave 2 mundtlige fremlæggelser til HB-møder; én midtvejs i projektet og én nær projektets afslutning.

HVEM ER JEG?

Jeg har arbejdet med film, markedsføring og sociale medier i 10 år. Jeg har blandt andet lavet dokumentarfilm for DR, promoveringsvideoer for Dansk Journalistforbund, undervisningsmateriale for Dansk Skoleskak og arbejdet på store begivenheder såsom Trailer Park Festival i København.

Skak er min store passion, og jeg har brugt min faglige ekspertise til at promovere vores smukke spil ved enhver lejlighed og på enhver tænkelig måde. Jeg har lavet en lang række sjove og nyskabende skakarrangementer rundt om i landet. Jeg har lavet en græsrodsorganisation, der samler skakentusiaster og skaknørder

om kærligheden til skak. Og ikke mindst har jeg produceret talrige videoer, der viser skak på sjove og skøre måder. Disse videoer er tilsammen blevet set mere end 1.3 millioner gange. Eksempler på disse kan ses i det videobilag, jeg har medsendt.

Jeg har arbejdet med markedsføring i 10 år, og jeg brænder for at promovere skak, og det vil jeg gerne have at DSU får glæde af.

TILBUDSOVERSIGT

Tilbud 1

BUDGET

Løn i alt	:	=	374.825 kr.
Omkostninger i alt	:	=	184.000 kr.
Total	:	=	558.825 kr.

Tilbud 2

BUDGET

Løn i alt	:	=	303.750 kr.
Omkostninger i alt	:	=	138.000 kr.
Total	:	=	441.750 kr.

Tilbud 3

BUDGET

BUDGET

Løn i alt	:	=	269.990 kr.
Omkostninger i alt	:	=	129.000 kr.
Total	:	=	398.990 kr.

Bemærk at der i tilbud 1 og 2 gives 100% rabat på udstyrsomkostninger til videoproduktion.

TILBUD 1

BUDGET

Løn i alt	:	=	374.825 kr.
Omkostninger i alt	:	=	184.000 kr.
Total	:	=	558.825 kr.

SPECIFIKATION

Promoveringsvideoer

Arbejdstid	:	120 timer x 6 videoer	=	720 timer
Videoomkostninger	:	6000 kr. x 6 videoer	=	36.000 kr.

Stormestervideoer

Arbejdstid	:	30 timer x 6 videoer	=	180 timer
Videoomkostninger	:	2000 kr. x 6 videoer	=	12.000 kr.

Lokale arrangementer

Arbejdstid	:	50 timer x 8 arrangementer	=	400 timer
Omkostninger	:	5000 kr. x 8 arrangementer	=	40.000 kr.

Flagskibsarrangementer

Arbejdstid	:	100 timer x 2 arrangementer	=	200 timer
Omkostninger	:	30.000 kr. x 2 arrangementer	=	60.000 kr.

Grafisk stil og sammenhængskraft

Arbejdstid	:	20 timer x 1 designguide	=	20 timer
Omkostninger	:	15.000 kr. x 2 grafikere	=	30.000 kr.

DSU i medierne

pressemateriale	:	30 timer	=	30 timer
sociale medier	:	20 timer	=	20 timer
opsøgende arbejde	:	20 timer	=	20 timer

Koordination med DSU

Samarbejde med J. Aabling og T. H. Vestergård	:		=	25 timer
---	---	--	---	----------

Udstyrsomkostninger

Kameraleje	:	2200 kr. x 12 videoer x 100% rabat	=	0 kr.
Lydudstyrsleje	:	950 kr. x 12 videoer x 100% rabat	=	0 kr.
klippeudstyr	:	1100 kr. x 12 videoer x 100% rabat	=	0 kr.

I alt

Arbejdstid	:	i alt	=	1595timer
Omkostninger	:	i alt	=	184.000 kr.
Timeløn	:		=	235 kr.

Løn er inklusiv	:	Kontorplads
		Opbevaring
		Klippeudstyr
		Kameraudstyr
		Lydudstyr

Budgettet inkluderer *alle* omkostninger, herunder rejseomkostninger, diæter og logi.
Der vil således ikke være nogle ekstraudgifter for DSU.

TILBUD 2

BUDGET

Løn i alt	:		=	303.750 kr.
Omkostninger i alt	:		=	138.000 kr.
Total	:		=	441.750 kr.

SPECIFIKATION

Promoveringsvideoer

Arbejdstid	:	120 timer x 6 videoer	=	720 timer
Videoomkostninger	:	6000 kr. x 6 videoer	=	36.000 kr.

Stormestervideoer

Arbejdstid	:	30 timer x 6 videoer	=	180 timer
Videoomkostninger	:	2000 kr. x 6 videoer	=	12.000 kr.

Flagskibsarrangementer

Arbejdstid	:	100 timer x 2 arrangementer	=	200 timer
Omkostninger	:	30.000 kr. x 2 arrangementer	=	60.000 kr.

Grafisk stil og sammenhængskraft

Arbejdstid	:	20 timer x 1 designguide	=	20 timer
Omkostninger	:	15.000 kr. x 2 grafikere	=	30.000 kr.

DSU i medierne

pressemateriale	:	30 timer	=	30 timer
sociale medier	:	20 timer	=	20 timer
opsøgende arbejde	:	20 timer	=	20 timer

Koordination med DSU

Samarbejde med J. Aabling og T. H. Vestergård	:		=	25 timer
---	---	--	---	----------

Udstyrsomkostninger

Kameraleje	:	2200 kr. x 12 videoer x 100% rabat	=	0 kr.
Lydudstyrsleje	:	950 kr. x 12 videoer x 100% rabat	=	0 kr.
klippeudstyr	:	1100 kr. x 12 videoer x 100% rabat	=	0 kr.

I alt

Arbejdstid	:	i alt	=	1215 timer
Omkostninger	:	i alt	=	184.000 kr.

Timeløn	:	=	250 kr.
---------	---	---	---------

Løn er inklusiv	:	Kontorplads
		Opbevaring
		Klippeudstyr
		Kameraudstyr
		Lydudstyr

Budgettet inkluderer *alle* omkostninger, herunder rejseomkostninger, diæter og logi.

Der vil således ikke være nogen ekstraudgifter for DSU.

TILBUD 3

BUDGET

Løn i alt	:	=	269.990 kr.
Omkostninger i alt	:	=	129.000 kr.
Total	:	=	398.990 kr.

SPECIFIKATION

Promoveringsvideoer

Arbejdstid	:	120 timer x 6 videoer	=	720 timer
Videoomkostninger	:	6000 kr. x 6 videoer	=	36.000 kr.

Stormestervideoer

Arbejdstid	:	30 timer x 6 videoer	=	180 timer
Videoomkostninger	:	2000 kr. x 6 videoer	=	12.000 kr.

Grafisk stil og sammenhængskraft

Arbejdstid	:	20 timer x 1 designguide	=	20 timer
Omkostninger	:	15.000 kr. x 2 grafikere	=	30.000 kr.

DSU i medierne

pressemateriale	:	30 timer	=	30 timer
sociale medier	:	20 timer	=	20 timer
opsøgende arbejde	:	20 timer	=	20 timer

Koordination med DSU

Samarbejde med J. Aabling og T. H. Vestergård	:	=	25 timer
---	---	---	----------

Udstyrsomkostninger

Kameraleje (Sony FS7) :	2200 kr. x 12 videoer	=	26.400
Lydudstyrsleje :	950 kr. x 12 videoer	=	11.400
Leje af klippeudstyr :	1100 kr. x 12 videoer	=	13.200

I alt

Arbejdstid :	i alt	=	1015 timer
Omkostninger :	i alt	=	129.000 kr.

Timeløn :	=	266 kr.
-----------	---	---------

Løn er inklusiv : Kontorplads
Opbevaring

Budgettet inkluderer *alle* omkostninger, herunder rejseomkostninger, diæter og logi.
Der vil således ikke være nogle ekstraudgifter for DSU.

BILAGSOVERSIGT

- Bilag 1: Arrangementsbeskrivelse / Chateau Motel
- Bilag 2: Promoveringsvideobudget
- Bilag 3: Præsentationsvideo / kortlink.dk/srmr