



Kommunikasjon som strategisk virkemiddel for måloppnåelse

Finn Aagaard, kommunikasjonssjef NIF

29. november 2023





Litt om trender i kommunikasjonsfaget - og noen råd på veien

NORGES
IDRETTSFORBUND



#1 Komplexiteten øker

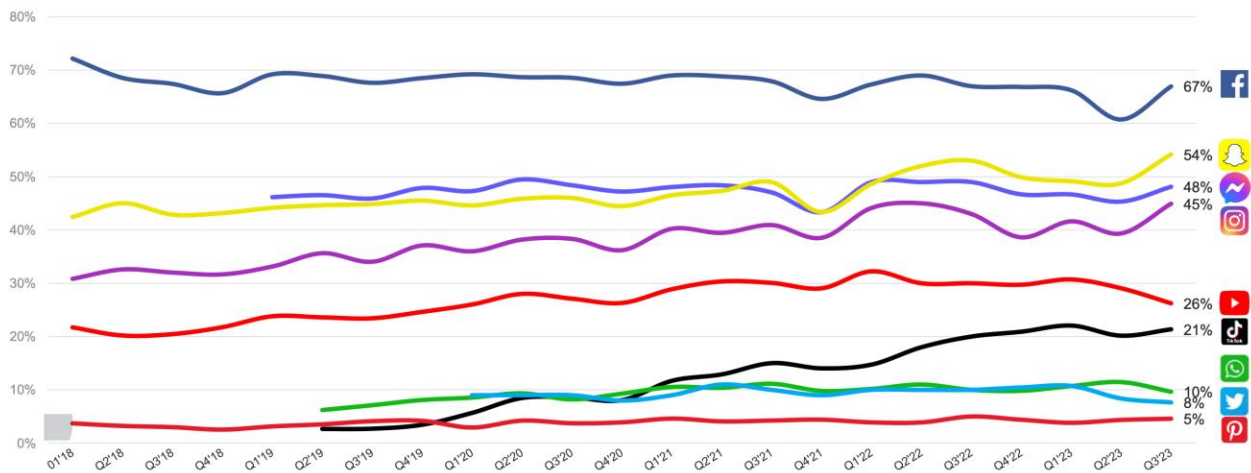
Hvilke kanaler
skal man velge?





SOSIALE MEDIER – UTVIKLING I DAGLIG BRUK

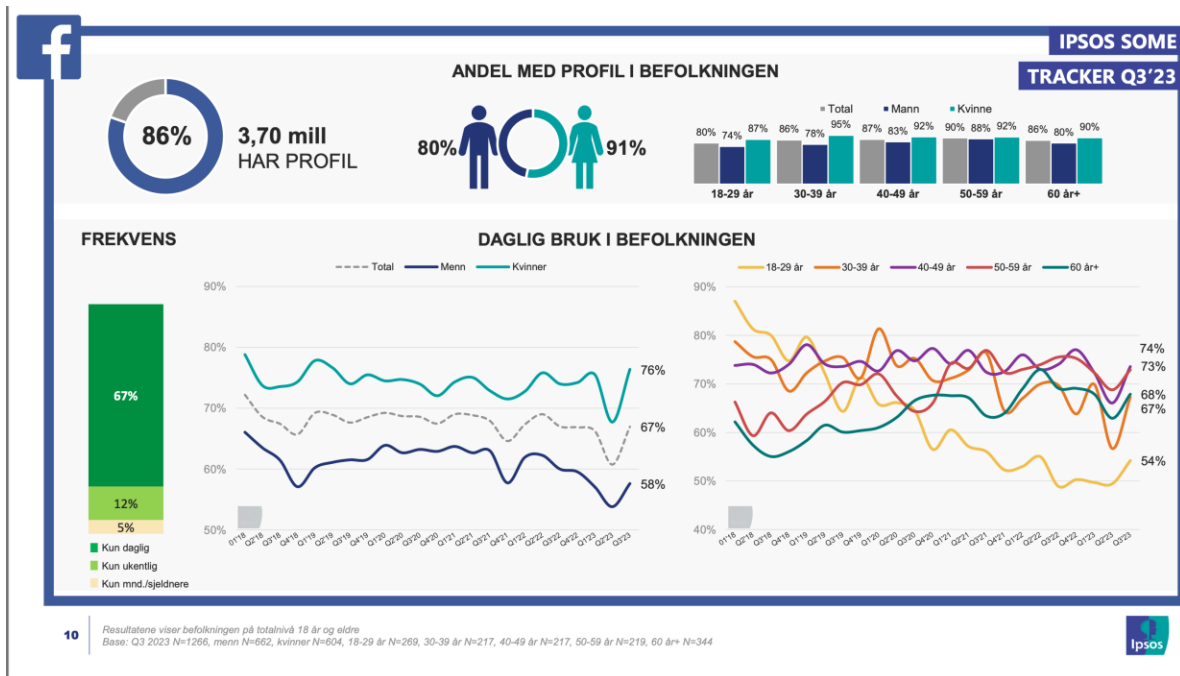
IPSOS SOME
TRACKER Q3'23



Grafen viser utviklingen ved daglig bruk blant sosiale medier i «SPOTLIGHT» og «ONE-TO-WATCH».

TikTok har opprettholdt stabilitet gjennom hele 2023, og har fanget 21% av daglige brukere i tredje kvartal.

Fortsatt størst men Gen Z rømmer....



Flere eller færre
daglige brukere?

KOM24 [Jobb](#) [Tips](#) [Annonser](#) [Kontakt](#) [Abonner](#) [MENY](#)



Du må ta et valg for å fortsette å bruke Facebook

Det kommer endringer i lovgivningen i regionen din, så vi introduserer et nytt valg om hvordan vi bruker informasjonen din til annonser. Du kan lese mer om hva de forskjellige alternativene betyr for deg, for du bekrefter valget ditt.

Valget ditt gjelder for kontoer i dette kontosenteret.

Abonner for å bruke uten annonser

Abonner for å bruke Facebook-kontoen din uten annonser. Dette koster fra kr 149,00 per måned (inkludert gjeldende avgifter). Informasjonen din blir ikke brukt til annonser.

Bruk gratis med annonser

Oppdag produkter og merker gjennom persontilpassede annonser mens du bruker Facebook-kontoen din kostnadsfritt. Informasjonen din blir brukt til annonser. Din nåværende opplevelse

Sammenlign valgene dine og hvordan de påvirker opplevelsen din.

[Abonner](#)

Tobias Judin i Datatilsynet sier de er bekymret for de nye retningslinjene Meta har kommet med. Meta på sin side mener de bare følger det de er pålagt. Foto: Yngve Garen Svardal/Skjermdump

Meta har begynt å ta betalt for å bruke Facebook og Instagram – Datatilsynet er bekymret

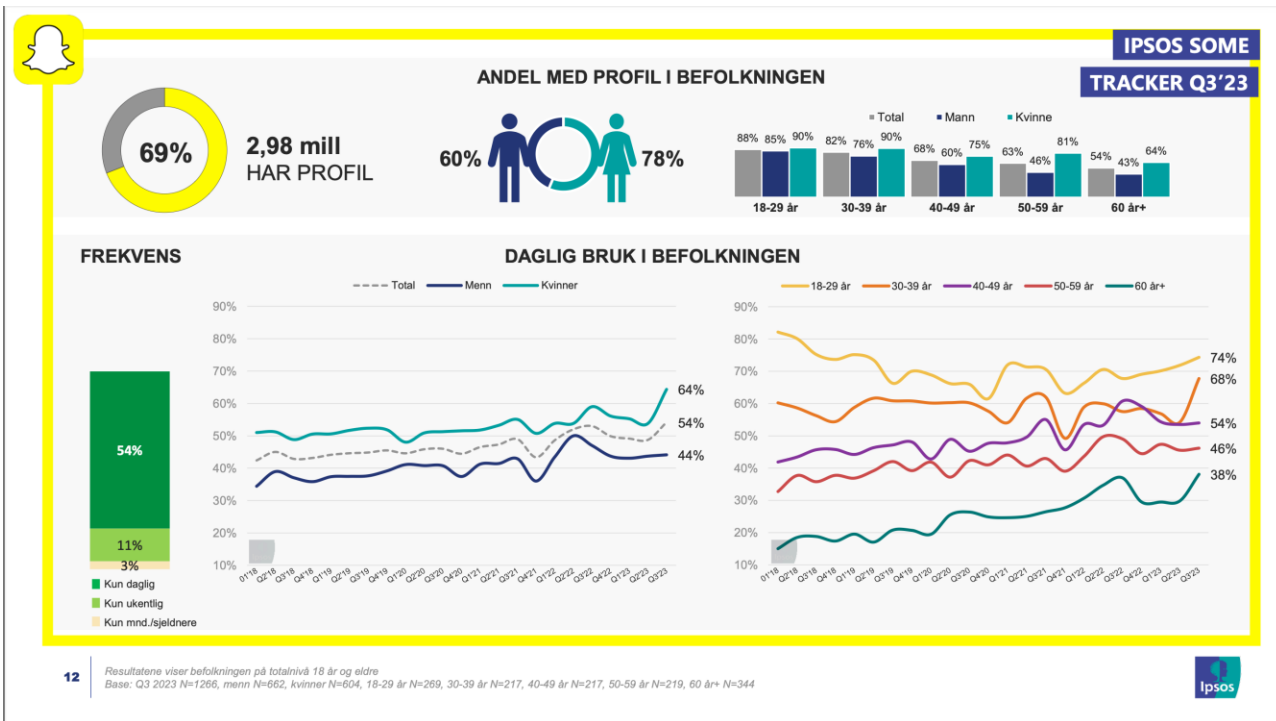
Meta på sin side aviser bekymringene.

 **Yngve Garen Svardal**
REDAKTØR

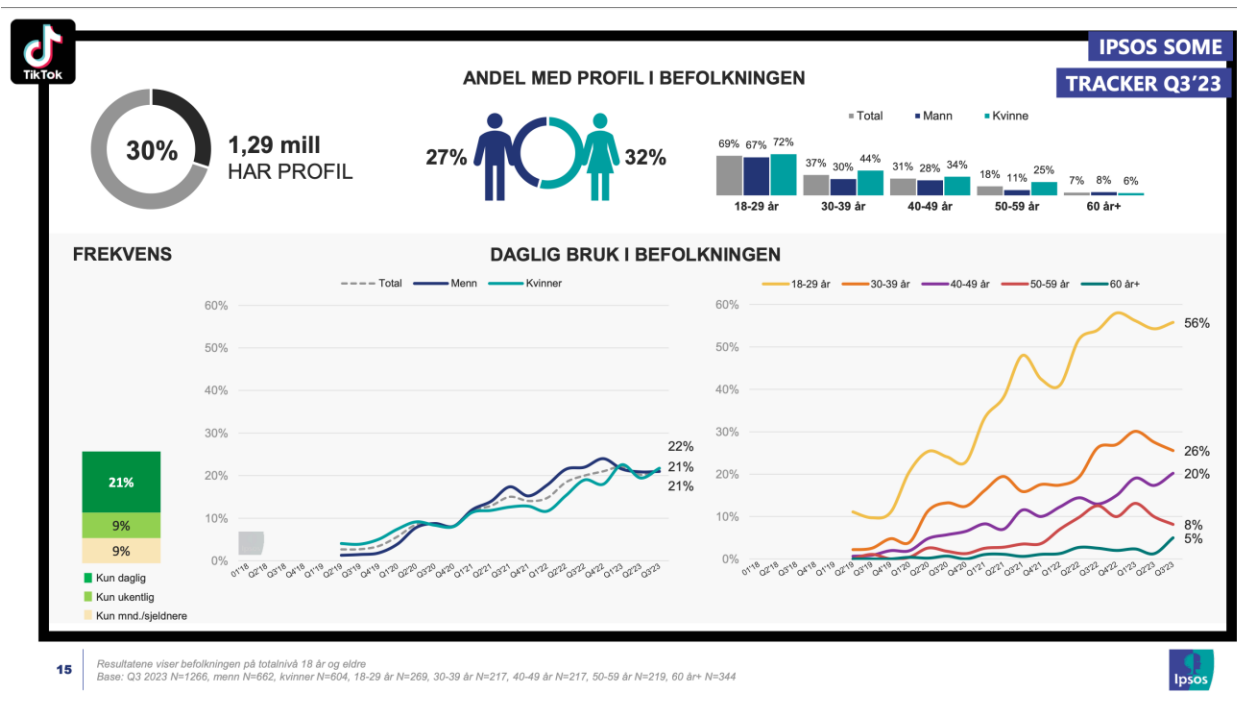
PUBLISERT Fredag 10. november 2023 - 00:00 SIST OPPDATERT Søndag 12. november 2023 - 19:48

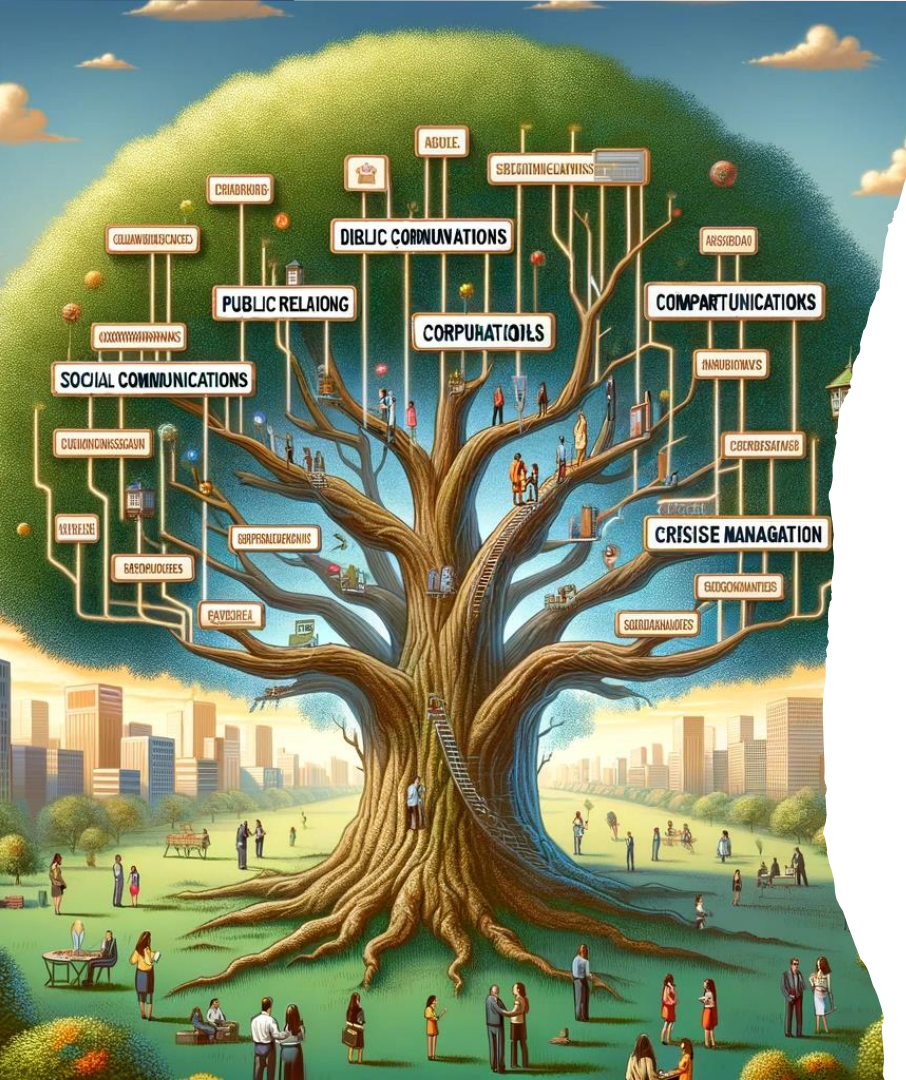
[Redig](#)

Gen Z og Millennials dominerer Snap



TikTok er i ferd med å bli Gen Z favoritt





#2 Spesialisering

- Kanalmangfoldet gjør det mer utfordrende enn før å finne og nå målgruppen din
- Du kan ikke bare være i en kanal lenger – du må være i flere samtidig med samme budskap
- MEN: Kanalene har forskjellige formater, algoritmer, innholdstyper og “stil” – samme budskap er ikke samme budskap
- Facebook gir nå (nesten) bare rekkevidde betalt – TikTok kan gå viralt
- Kravene til kompetanse øker – faget spesialiseres



Ulike fagområder

- Tradisjonelle medier (PR, pressemelding, kronikk lever!)
- Digitale tekster med søkermotoroptimalisering (SEO)
- «Eye cathing», bruk av riktige bilder og illustrasjoner
- Audio (eks. Podcast)
- Distribusjon innhold SoMe (organisk)
- Distribusjon innhold SoMe (betalt)
- Distribusjon Google



#3 Hvorfor bør idrettslag være på TikTok?

- Når man jobber med kommunikasjon og markedsføring må man tilpasse seg til hvor målgruppen er.
- Bare i Norge er det over 1 million brukere på TikTok, og 73 prosent av barn og unge i Norge bruker TikTok daglig.
- Hashtaggen #tiktokmademebuyit har over 1 milliard visninger, og den har bidratt til at mange produkter har gått viralt.
- Alle var skeptiske til Facebook da det først kom ut også, men i løpet av bare noen få år var den brukt av halvparten av verdens befolkning.
- La ungdom snakke til ungdom!





Hva fungerer på TikTok?

- Nyheter (det meste av nyheter konsumeres på TikTok fra barn og unge)
- Forklaringsvideoer (eks. tekniske øvelser i ulike idretter)
- Markedsføring av et arrangement (åpen dag, konkurranser etc)
- Videoer: Vær kort!

#4 Robotene kommer





Kunstig intelligens (KI) er:

- En researcher
- En kreativ sparringspartner
- En tekstprodusent
- En innholdsprodusent
- En illustratør
- En designer
- En utvikler
- En kollega



Instruks til Dall-e

Kan du lage en illustrasjon som en «collage» av personer som går på ski, driver med skiskyting, kunstløp og curling?

Svar: Her er illustrasjonen som viser en collage av person deltaker i ulike vinteridretter, inkludert ski, skiskyting, skøyter, kunstløp og curling. Hver scene fremhever ferdighetene og elegansen i disse aktivitetene

Ikke
feilfritt!



The background of the slide is a photograph of a rowing team. Several rowers, seen from behind, are standing on a wooden dock and holding a long, narrow rowing boat (sloop) above their heads. They are wearing white short-sleeved shirts and dark shorts with blue and white vertical stripes. The scene is set on a body of water at sunset or sunrise, with a line of trees and hills visible in the distance under a warm, orange sky.

Flere medlemmer
Flere frivillige
Flere samarbeidspartnere



Myter om terskler for god kommunikasjon

- Vi har ikke tid til å kommunisere
- Vi har ikke riktig kompetanse for å kommunisere
- Det er for mange kanaler
- Jeg aner ikke hvordan jeg skal nå målgruppen
- Mediene jobber ikke i helgene hvor våre arrangementer finner sted
- Jeg kan ikke distribuere filmer og videoer på grunn av personvern

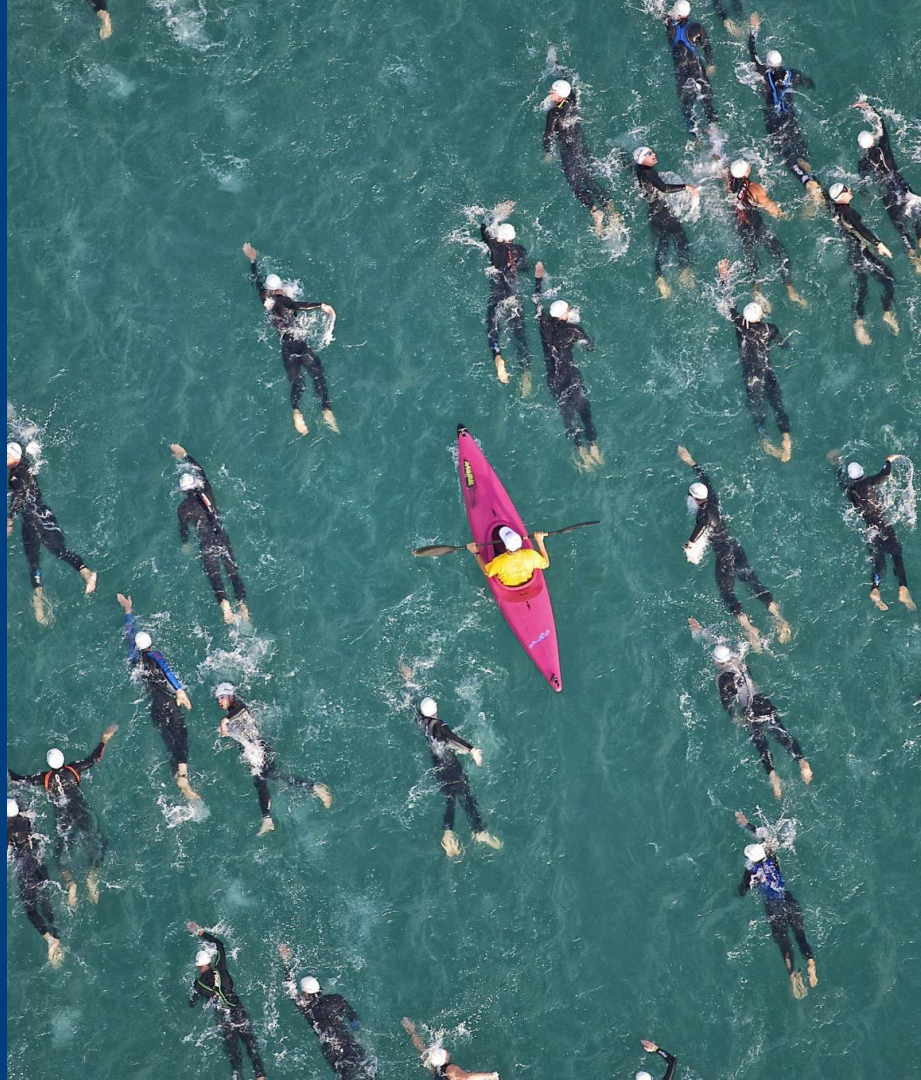


Flere medlemmer

- Hvem er de?
- Kommuniser i kanaler der de er
- Historiefortelling på deres premisser og med riktig budskap
- Avdekk kommunikasjonskompetanse
 - Hvem er god på TikTok og Insta?
 - Hvem lager kule filmer?
 - Husk samtykke ved distribusjon av bilder/film i SoMe

Flere partnere

- Dyrtiden påvirker oss alle- også næringslivet!
- Er det bare samfunnsansvar?
- What's in it for them?
- Møt partnere med et felles verdigrunnlag





Noen råd på veien

- Bruk ordet «samarbeidspartner»- ikke «sponsor»
- Lag en kortfattet og «selgende» presentasjon (verdier, mål, begrunnelse og fordeler med partnerskapet)
- Partnerkartlegging i nærmiljøet
- Arrangementer som eksponerer idrettslag og potensielle partnere positivt
- Gi samarbeidspartner regelmessig eksponering i egne kanaler
- Identifiser partnerfordeler
- Dokumenter resultater av samarbeidet



Rekruttering av flere frivillige

- Synliggjør behovet
- Hvor når du dem? (lokalmedier, sosiale medier, gruppe-chat?)
- Del suksesshistorier som inspirerer
- Mulighet for personlig utvikling
- Belønn og anerkjenn innsatsen (trenger ikke koste noe)
- «Alt passer ikke for alle»
- God opplæring skaper trygghet for oppgaven
- Vurder å utnevne en frivillighetskoordinator





Samir er en ekte helt!

- Kommuniser lystbetont
- Fokus på fellesskap og bidrag til å bygge gode og trygge lokalsamfunn
- Menneskelig utvikling
- Vil alltid komme til nytte – i alle andre sammenhenger
- Bruk gjerne NIFs informasjonsmateriell i rekrutteringsarbeid – tilpass til din klubb!
- [Det som teller \(idrettsforbundet.no\)](https://idrettsforbundet.no)



Slik kan ditt idrettslag kommunisere bedre

- Prioriter de kanalene hvor du når målgruppen. Del jevnlig engasjerende innhold om lagets aktiviteter
- Ta i bruk moderne teknologi for å effektivisere arbeidet (eks. KI)
- Fysiske møter dør aldri! (toveis)
- Enkelt språk- lett å forstå
- Tilrettelegg for dialog og tilbakemeldingsprosesser
- Tydelige mål og forventninger
- Deleger ansvar
- Styrk samholdet gjennom sosiale arrangementer





Alt handler om god historie- fortelling!