

Utadrettet informasjonsarbeid



Alle skytterlag bør ha en egen hjemmeside, som oppdateres jevnlig. Presse og folk som bare er nysgjerrige på hva vi driver med, benytter gjerne internett for å skaffe seg den informasjonen de leter etter. På lagets hjemmeside bør det som et minimum stå informasjon om skytterlaget, samt aktiviteter og kontakt-personer. Skytterkontoret leverer i dag to ulike hjemmesideløsninger, som begge er enkle å bruke.

Lokalpresse og andre medier:

Mange klager over mangelfull dekning av skyttesporten i lokalpressen. I slike tilfeller er det ofte grunn til å gå litt i oss selv. Tenk over hva dere har gjort for å få den pressedekning vi ønsker og mener vi fortjener. Det er viktig å huske at det er pressen selv som bestemmer hva som skal komme i avisen eller på avisens nettside. Pressen er selvsagt opptatt av å tilby et best mulig produkt for sine lesere, og da helst med minst mulig arbeid for avisen. Derfor er det opp til oss å selge skyttesporten inn til mediene, slik at de selv ser seg tjent med å dekke våre aktiviteter.



Noen gode råd for bedre pressedekning:

- Rask resultatservice etter (og under) stevnet
- Send presselister og gjerne bilder til aktuelle medier
- Send ut terminlister/aktivitetsplaner i forkant av en sesong
- Ta kontakt med pressen før stevnet og vær behjelpelige under stevnet
- Gi lokalpressen tips
- Skriv selv, om ikke lokalpressen har anledning til å komme



Informasjonsflyt i skytterlaget



Det kan være en utfordring å sørge for at alle medlemmene får lik og riktig informasjon. Det er derfor viktig at skytterlaget finner en eller flere informasjonskanaler hvor informasjon til medlemmene gis.

Hjemmesider

En hjemmeside som oppdateres med informasjon jevnlig blir levende og informativ. Skal skytterlagets hjemmeside brukes som informasjonskanal, er laget nødt til å bruke denne fast til dette formålet. Hjemmesider som aldri oppdateres blir heller ikke lest.

Epost

Skytterlaget er tjent med å samle inn flest mulige epostadresser til sine medlemmer. På skytterlagets web-mail kan laget registrere adresser, samt sette opp grupper, slik at dette blir effektivt for lagets administratorer å håndtere. Epost er en velbrukt informasjonskanal i mange skytterlag, og så fremt laget har epostadresser til alle medlemmene, fungerer dette fint. En utfordring kan imidlertid være at enkelte leser sin epost veldig skjelden. På den måten kan det ta lang tid før informasjonen når fram til enkelte.

SMS

SMS er kanskje den informasjonskanalen hvor man når flest på kort tid. Så godt som alle har mobiltelefoner, og er således mottagelige for informasjon via tekstmelding. Det er imidlertid kun kortfattede meldinger som er praktisk å sende via SMS. Dessuten koster hver enkelt melding penger.

Facebook

Mange skytterlag har lagd lukkede facebook-grupper for å legge ut informasjon til sine medlemmer. Fordelen med dette er at informasjonen raskt når ut til medlemmene av gruppen. Medlemmene har også muligheten til å kommentere det som legges inn.

Post

Ved utsendelse av medlemskontingent bør også skytterlagets terminliste for det kommende året følge med. Utover dette er tradisjonell postgang lite egnet for informasjonsflyt i skytterlaget. Det koster ganske mye penger, samtidig som det går sakte.

DFS-appen

DFS' app for smarttelefoner vil forhåpentligvis bli et nyttig kommunikasjonsverktøy i fremtiden.

Snapchat

Snapchat er sannsynligvis den kanalen hvor man når rett til ungdommen. Dette kan benyttes til informasjon til lagets medlemmer, men også ut til publikum. Husk at det er 13 års aldersgrense. Ta bilder fra stevner, treninger og dugnader og legg på MyStory for å vise medlemmer og andre i bygda hverdagen i skytterlaget.

Instagram

Ved siden av Snapchat er Instagram det mediumet hvor du når flest unge. På Instagram har du imidlertid mulighet til å nå en større mengde av medlemsmassen. Instagram egner seg best som et medium til å dele fra hverdagen i skytterlaget. Også her er aldersgrensen 13 år.