



Kommunikationsplan

SVERIGES CIVILFÖRSVARSFÖRBUND

INNEHÅLL

Bakgrund och syfte.....	3
Nulägesanalys.....	4
Utmaningar	4
Möjligheter	5
Målgrupper.....	6
Budskap	7
Mål	8
Kanalstrategi.....	10
Aktivitetsplan	12
Ansvarsfördelning.....	13

Bakgrund och syfte

Civilförsvarsförbundets verksamhet har alltid vilat på demokratisk och ideell grund. För att fortsätta verka för de civila i samhället behöver vi vara en modern och robust organisation som finns med i framtida diskussioner kring totalförvarsfrågor. Vår organisation är beroende av engagerade och kunniga medlemmar, funktionärer och instruktörer.

Kommunikationsplanen ska stötta förbundets mål; säkerhetsmedvetna människor, som genom sitt agerande stöder såväl individen som samhället. All kommunikation ska följa vår grafiska profil och våra styrande dokument.

Syftet med kommunikationsplanen är att säkerställa en genomtänkt och enhetlig kommunikation för att stärka Civilförsvarsförbundets varumärke. Genom att planera kommunikationen skapar vi förutsättningar för att det vi skriver och säger verkligen leder dit vi har tänkt.

Det är inte kommunikationsplanens syfte att beskriva verksamheten eller att styra verksamhetens innehåll i distrikt och lokalföreningar.

Nulägesanalys

Idag verkar Civilförsvarsförbundet främst i uppdrag inom krisberedskap och civilt försvar, med förberedelser för att verka än mer in i höjd beredskap och krig. Vi har fått en stor tillströmning av nya medlemmar och det finns ett stort intresse att delta i våra digitala hemberedskapsutbildningar.

Det försämrade säkerhetspolitiska läget i Sveriges närområde har föranlett en återuppbyggnad av det civila försvaret. Med det ställs det högre krav på oss. För att kunna ta på oss uppdrag för totalförsvaret behöver vi vara en robust och modern organisation. Vi behöver utveckla vår kunskap inom säkerhet- och beredskapsfrågor så som till exempel säkerhetsskydd, informationssäkerhet och personsäkerhet.

Civilt försvar är hela samhällets motståndskraft vilket innebär att hela samhället bestående av många aktörer måste samverka och arbeta utifrån målen för det civila försvaret. Att skapa ett starkt civilt försvar är därför en process som kommer att behöva fortgå under många år framåt.

Utmaningar

- Vara en robust organisation
Civilförsvarsförbundets förmåga att kunna leverera till våra uppdragsgivare är beroende av att vi är en väl fungerande organisation med engagerade och kunniga medlemmar, funktionärer och instruktörer. De är alla representanter för förbundet, vilket är ett stort ansvar och ställer krav på ett korrekt uppförande.
- Värna om demokratin
Det är en stor utmaning att kunna nå ut till alla medborgare i Sverige. En alltför bred målgrupp gör det svårt att rikta kommunikationen så att den upplevs relevant och tilltalande. Vi har även utmaningen att nå våra mångkulturella invånare och de invånare som har speciella behov.

Möjligheter

- Våra medlemmar

Civilförsvarsförbundets viktigaste resurs är våra medlemmar. Deras kunskap och vilja att engagera sig i våra uppdrag bidrar till att öka Sveriges motståndskraft.

- Sociala medier

Att använda sociala medier är ett kostnadseffektivt sätt att nå ut med vårt budskap. Här har vi även möjlighet att kommunicera med vår målgrupp och dela med oss av vår kunskap.

Målgrupper

Civilförsvarsförbundets målgrupp är **totalförsvarspliktiga**, det vill säga alla som bor i Sverige och är mellan 16 och 70 och som kan kallas in för att hjälpa till på olika sätt vid krigsfara och krig.

Då målgruppen totalförsvarspliktiga är så bred, så har vi delat in den i flera mindre fokusmålgrupper som ska prioriteras i vårt kommunikationsarbete:

- medlemmar och medarbetare
- unga och unga vuxna
- beredskapsmyndigheter.

Budskap

Civildörsvarsförbundets budskap ska leda till att skapa trygghet och förtroende för Sveriges totalförsvar, vilket ska skapa stärkt motståndskraft och ökad försvarsvilja hos de som bor, verkar och vistas i vårt land.

Budskapet anpassas efter målgrupp för att kommunikationen ska nå fram och få effekt.

Totalförsvarspliktiga

Budskap: Vi ger dig bättre förutsättningar för att vara en del av Sveriges totalförsvar.

Medlemmar och medarbetare

Budskap: Tillsammans stärker vi Sveriges motståndskraft.

Unga och unga vuxna

Budskap: Du är en del av Sveriges totalförsvar.

Beredskapsmyndigheter

Budskap: Vi är en attraktiv samverkansorganisation i totalförsvarsfrågor.

Mål

Totalförsvarspliktiga

Kvantitativt mål: Vi vill rekrytera engagerade och kunniga medlemmar och öka vårt medlemsantal med 10 procent per år.

Kunskapsmål: Vi vill att målgruppen ska förstå de risker som finns i samhället och att de ska känna till hur de kan öka sin krisberedskap genom att delta i Din Trygghet och/eller FRG.

Medlemmar och medarbetare

Attitydmål: Vi vill att målgruppen ska känna förtroende för Civilförsvarsförbundet och att de ska känna att vi är ETT förbund. Vi vill att de ska känna samhörighet, att vi alla vill åt samma håll och att det vi åstadkommer tillsammans är meningsfullt.

Motivationsmål: Vi vill att våra medlemmar ska vilja engagera sig i verksamheten, till exempel genom att utbilda sig till 2:6-instruktör, delta i FRG eller att ta på sig uppdrag i styrelsen.

Unga och unga vuxna

Kunskapsmål: Vi vill öka ungas kunskaper om totalförsvarsplikten, krisberedskap och civilt försvar. De ska veta vad som förväntas av dem och vad de kan göra.

Attitydmål: Vi vill att målgruppen ska få en starkare försvarsvilja.

Beredskapsmyndigheter

Attitydmål: Vi vill att beredskapsmyndigheterna ska känna att vi är en robust organisation och de ska se skillnaden vi gör. De ska vilja samverka och utveckla Sveriges totalförsvaret tillsammans med oss.

Kunskapsmål: Vi vill att de ska veta vilka vi är och vad vi gör. De ska känna till att de genom oss når ett instruktörsnätverk som kan utbilda i Din Trygghet och att vi har en utpekad samordningsroll när det gäller att starta en FRG.

Kanalstrategi

Totalförsvarspliktiga

Kanal: Hemsidan.

Hur:

- Öka kunskapen om civil beredskap genom att publicera information, erbjuda webbutbildningar och lägga ut relevanta nyheter.

Frekvens:

- Hemsidan uppdateras kontinuerligt. Ett riktmärke för nyheterna är ett inlägg i veckan.

Medlemmar och medarbetare

Kanal: Facebook.

Hur:

- Skapa känslan av stolthet genom att dela uppdateringar från distrikten och föreningarna.
- Skapa känslan av meningsfullhet genom att dela nyheter som är relevanta för vår organisation.
- Skapa en relation genom att svara på kommentarer och dela med oss om vad som händer i förbundet.

Frekvens:

- Ett riktmärke är att ha ett relevant och genomarbetat inlägg i veckan.

Unga och unga vuxna

Kanal: Instagram.

Hur:

- Skapa lättillgängliga utbildningsinlägg där vi lär ut om totalförsvarsplikten och civil beredskap.
- Öka kunskapen om Civilförsvarsförbundet genom att visa upp vilka vi är och vad vi gör.
- Bilderna bör inspirera och vara lätta att uppfatta. Vi strävar efter att bilderna har bra kvalité och att de följer samma stil, så att vi har ett enhetligt flöde. När vi har människor på bilden så ska vi sträva efter att de är i målgruppens ålder.

Frekvens:

- Ett riktmärke är att ha ett relevant och genomarbetat inlägg i veckan.

Beslutsfattare i kommuner, myndigheter och företag

Kanal: LinkedIn.

Hur:

- Visa upp hur vårt arbete ser ut i praktiken och hur det gör skillnad.
- Visa upp vår expertis genom att dela aktuella artiklar som är relevanta för vår organisation.

Frekvens:

- Ett riktmärke är att ha ett relevant och genomarbetat inlägg i månaden.

Aktivitetsplan

Aktivitet	Målgrupp	Mål	När	Kanal	Ansvarig
När allt blev tyst och mörkt	Elever i årskurs 4	Öka kunskapen om kriser		Digital	2:6-samordnare
SCF:s Dag	Allmänheten	Rekrytera medlemmar	Maj	Lokal aktivitet	Föreningsstyrelsen
Beredskapsveckan	Allmänheten	Öka kunskapen om kriser	Sep	Lokal aktivitet	Föreningsstyrelsen
Förbundsstämman	Medlemmar	Föra Civilförsvarsförbundet framåt	Okt	Nationell aktivitet	Förbundsstyrelsen

Ansvarsfördelning

Vad	Målgrupp	Hur	Vem?
Hemsida	Allmänheten	Löpande utveckling och drift	Kommunikatör
Sociala medier	Allmänheten	Statusuppdateringar, dialog, statistik	Kommunikatör
Medlemsutbildning	Medlemmar	Digital	Kommunikatör
Styrelseutbildning	SCF:s funktionärer	Digital	Kommunikatör
VMM	Medlemmar	Digital	Förbundsordförande
Trycksaker	Allmänheten		Kommunikatör
Välkomsttal	Nya medlemmar	Digitalt	Generalsekreterare
Nyårstal	Medlemmar	Digitalt	Generalsekreterare
Digitala föreläsningar	Medlemmar	Regelbundet	Instruktörer/informatörer
Digitalt nyhetsbrev	Medlemmar	1 gång/månad	Kommunikatör
Bildbank, Powerpoint, mallar	SCF:s funktionärer	Utveckla bildbank och skapa Powerpoints och mallar för bland annat dokument	Kommunikatör