

- SNABBVERSION -

RE + KR Y T ERA!

UPPSTART

PLANERA

MARKNADSFÖR

FÖRBERED

GENOMFÖR

UTVÄRDERA

WEBTRÄFFAR OCH STÖD FÖR ER REKRYTERING!

REKRYTERA

Kul att du hittat till materialet Rekrytera!

Syftet med materialet är att initiera, stödja och underlätta föreningsverksamheten kring att rekrytera medlemmar. Det ska vara ett enkelt och tydligt stöd för att förbereda och genomföra rekryteringsinsatser.

MATERIALET

Materialet följer en steg-för-steg struktur och används därmed enklast genom att arbeta igenom sida för sida från början till slut.

Det är dock möjligt att fritt frångå den tänkta strukturen om ni vill ta in något annat eller möblera om efter egna förutsättningar. De olika avsnitten går även bra att nyttja var för sig.

SNABBVARIANT

Materialet är även förberett med en "snabbvariant" vilket består av avsnittens summerande sidor som tydligt skiljs från övriga genom

att ha försetts med färgad bakgrund och svart rekrytera-ikon. För de som önskar en snabbare planering och förberedelse kan det här alternativet passa väl så bra.

FRITT ATT ANVÄNDA

Materialet är helt fritt att använda och finns nedladdningsbart på Västergötlands Orienteringsförbunds hemsida.

Mest effektivt används materialet tillsammans i ledaregruppen men kan även utgöra stöd och inspiration för den enskilda ledaren.

WEBBTRÄFFAR

Initialt (2023) erbjuder Västergötlands Orienteringsförbund gemensamma webbträffar där materialets olika avsnitt behandlas och de medverkande föreningarna och ledarna får tips och stöd på vägen genom sina förberedelser och arbete med materialet.

Mer information om webbträffarna presenteras separat.

+ INNEHÅLL

UPPSTART

3

PLANERA

6

MARKNADSFÖR

9

FÖRBERED

12

GENOMFÖR

16

UTVÄRDERA

19

EXTRA MATERIAL

21



© 2023, Västergötlands Orienteringsförbund

Upplaga:

Första upplagan, 2023

Kontaktuppgifter

Västergötlands OF
info.vof@vgidrott.se
orientering.se/vastergotland

Adress

Västergötlands OF
Gustav Adolfs gata 49
541 45 SKÖVDE

Nyttjande

REKRYTERA-materialet är fritt att nyttja för ideella orienteringsföreningar i icke vinstsyfte.

+ FÖRUTSÄTTNINGAR

Summera föreningens förutsättningar inför rekryteringsinsatsen.

Nedan finns en enkel uppställning för att i stora drag notera föreningens förutsättningar inför en rekryteringsinsats. Även en del behov ges plats i översikten.

MATERIAL

Det här materialet har vi - Notera t ex kompasser, SI-pinnar, skärmar, enheter, nybörjarmaterial, kartor.

Det här materialet behöver vi förnya/förbättra/införskaffa:

EKONOMI

Ange vad som kommer kosta pengar i rekryteringsinsatsen och hur klartecken för att ta dessa kostnader kan säkerställas.

LEDARE

För rekrytering bedöms ledarbehovet till ____st ledare.

De här ledarna är dedikerade för rekryteringen:

Vid behov av fler ledare ange nedan förslag för rekrytering och ev. namn på personer att tillfråga.

UTBILDNING

Vid behov, ange vilken kompetens ni önskar förbättra inom ledargruppen och vem/vilka som skulle kunna utbildas kring detta.

+ INNEHÅLL - INBJUDAN

Summera information för inbjudan

Nedan finns en enkel och tydlig mall för att sammanfatta information som bör vara fastställd för att skapa en inbjudan till föreningens rekryteringsinsats.

Summeringen avslutar avsnittet "Planera" och tas med fördel med till nästa avsnitt som inbegriper marknadsföring.

VAD

VAD erbjuds

FÖR VEM

FÖR VEM erbjuds detta

VAR

VAR erbjuds det

NÄR

NÄR erbjuds det

ANMÄLAN

Vart och när sker ANMÄLAN

KOSTNAD

Vad är KOSTNADEN

KONTAKT

Vem är klubbens KONTAKT vid ev frågor

MER INFORMATION

Var finns MER INFORMATION för den som söker



+ MARKNADSFÖRINGSPLANEN

Summera planen för att få deltagare till rekryteringsinsatsen

Här finns goda möjligheter att skapa struktur för marknadsföringen av er rekryteringsinsats. Använd de enkla mallarna här bredvid för att planera och bestämma vilket material som ska tas fram, vem som ska göra det och var och när materialet ska användas. Använd fler blad vid behov.

Material som det kan röra sig om är exempelvis inbjudan, både för tryck och digitalt, material för sociala medier som facebook och instagram. Det kan även vara affischer och/eller flyers för spridning på skolor och i lokalsamhället.

Planerar ni för att attrahera till rekryteringsinsatsen med aktiviteter kan ni med fördel nyttja det blad för handlingsplan som biläggs det här materialet.

Har ni för avsikt att nyttja något färdigt koncept vid er rekrytering, t ex Orienteringskurser finns där färdiga mallar för marknadsföring och inbjudan.

VAD ska tas fram?

VEM tar fram det?

VAR ska det nyttjas?

NÄR ska det nyttjas?

VEM ombesörjer spridning?

Föreligger KOSTNAD? Ange summa.

VAD ska tas fram?

VEM tar fram det?

VAR ska det nyttjas?

NÄR ska det nyttjas?

VEM ombesörjer spridning?

Föreligger KOSTNAD? Ange summa.

VAD ska tas fram?

VEM tar fram det?

VAR ska det nyttjas?

NÄR ska det nyttjas?

VEM ombesörjer spridning?

Föreligger KOSTNAD? Ange summa.

+ ÖVERSIKT REKRYTERINGSTILLFÄLLEN

TRÄFF 1

NÄR SKA TILLFÄLLET VARA

HUVUDÖVNING/AR

ANSVARIG/A

SPECIELLT DENNA GÅNG

TRÄFF 2

NÄR SKA TILLFÄLLET VARA

HUVUDÖVNING/AR

ANSVARIG/A

SPECIELLT DENNA GÅNG

TRÄFF 3

NÄR SKA TILLFÄLLET VARA

HUVUDÖVNING/AR

ANSVARIG/A

SPECIELLT DENNA GÅNG

TRÄFF 4

NÄR SKA TILLFÄLLET VARA

HUVUDÖVNING/AR

ANSVARIG/A

SPECIELLT DENNA GÅNG

TRÄFF 5

NÄR SKA TILLFÄLLET VARA

HUVUDÖVNING/AR

ANSVARIG/A

SPECIELLT DENNA GÅNG

TRÄFF 6

NÄR SKA TILLFÄLLET VARA

HUVUDÖVNING/AR

ANSVARIG/A

SPECIELLT DENNA GÅNG

FÖRBERED - AKTIVITETSBLAD



+ TRÄFFNUMMER/BENÄMNING _____

NÄR ska den ske?

VEM ansvarar?

VAD ska göras?

VEM gör vad

UPPSTART:

UPPVÄRMNING:

ÖVNING/AR:

ÅTERSAMLING:

AVSLUTNING:

Vilket MATERIAL behövs? Vad har vi? Något som ska skapas? Något som ska köpas?

VEM gör vad

NÅGOT SÄRSKILT - ange om det är något annat, extra, som gäller vid den här träffen

+ VID GENOMFÖRANDET

Kommunikation och information underlättar genomförandet av er rekryteringsinsats.

Nedan finns utrymme för att skapa gemensamma riktlinjer för hur man vill att det ska fungera. Det är också möjligt att öka attraktionskraften genom att addera inslag i träffarna och tänk gärna redan nu på deltagarnas nästa steg.

KOMMUNIKATION I LEDARGRUPPEN

Tydliggör hur kommunikationen inom ledargruppen ska fungera - Ange t ex vilka kanaler som ska nyttjas, vem som ska delge vilken information när osv.

INFORMATION TILL DELTAGARE

Tydliggör hur kommunikation med och information till deltagarna ska fungera - Ange t ex vilka kanaler som ska nyttjas, vem som ska delge vilken information när osv.

Hur skapar vi mer uppmärksamhet kring verksamheten under tiden den pågår?

Ska sociala medier användas för detta? Hur ska det då göras?

ÖVERTRÄFFA FÖRVÄNTAN

Vad kan vi addera för extra inslag för att överraska och överträffa förväntningar - Ange vad ni vill göra, när det ska göras och vem som ordnar med det.

NÄSTA STEG

Hur ser planerna ut för deltagarna att ta nästa steg efter att den här insatsen avslutats?
Notera vad och när nästa steg ska erbjudas.

TIPS FÖR UTVÄRDERING

Genom att utvärdera sin verksamhet kan den förbättras och förfinas. Här följer tips på hur utvärdering efter genomförd rekryteringsinsats kan ske.

SÅ HÄR KAN UTVÄRDERING GÖRAS

Samla ledarna för klubbens rekryteringsinsats till en utvärderingsträff, avsätt en kväll, 2-3 timmar med fika. Använd sedan bifogad utvärderingsmall för att diskutera vad som varit bra och mindre bra och för att tillsammans definiera sådant som kan förstärkas eller förändras samt bör prioriteras.

Nedan ges förslag på områden som succesivt kan avhandlas. Är ledargruppen stor finns fördelar med att dela in i mindre diskussionsgrupper om ca 4-6 personer i varje. Är ni flera diskussionsgrupper kan antingen alla områden behandlas av alla grupper, eller så kan områdena delas mellan grupperna. I båda fall behövs lite gemensam tid mot slutet av utvärderingstillfället för en summering.

Försök att vara ganska raska genom utvärderingen och ägna max 15-20 minuter åt respektive område. Kom ihåg att ni inte måste finna lösningar för det ni vill förändra eller förstärka i det här läget (även om det så klart är toppen) utan att det nu handlar om utvärdering av det som varit.

OMRÅDEN FÖR UTVÄRDERING

Planering och förberedelser

Hur har det fungerat med planering, framförhållning och förberedelser?

Föräldraengagemang

Har vi någon strategi för föräldraengagemang och hur fungerar i så fall den?

Information och marknadsföring

Har vi lyckats nå vår tänkta målgrupp med bra information och marknadsföring? Använder vi rätt metoder och kanaler, samt rätt material?

Vårt genomförande

Hur har genomförandet av träffarna fungerat? Något i dess genomförande som påkallat vår uppmärksamhet? Bra eller mindre bra?

Ledare och ledarskap

Hur fungerar det i ledargruppen med information, kommunikation, samarbete? Vad har vi för kompetenser? Saknar vi något? Har vi kul tillsammans?

Annat/Övrigt

Har ni andra funderingar kring verksamheten som inte har kommit fram inom övriga områden lyfter ni dem för diskussion här!

UTVÄRDERINGSMALL

Ange område
för utvärdering: _____

**BÖRJA MED "BRAINSTORMING" FÖR ATT SEDAN STEGVIS KOKA NER TANKARNA
TILL NÅGOT/NÅGRA PRIORITERADE INSATSER.**

Det här har varit bra! - Notera snabbt allt ni kan komma på som **varit bra** inom området

Det här har varit mindre bra - Notera snabbt allt ni kan komma på som **varit mindre bra** inom området

5 minuter

FÖRSTÄRKA - Notera det av ovanstående ni vill sätta i fokus och förstärka.

FÖRÄNDRA - Notera det av ovanstående som ni vill undvika eller förändra.

5 minuter

PRIORITERA - Notera den/de insatser som ska göras först inom området. Det som ska **upp på "att göra-listan"**.

5 minuter

AKTIVITET - benämning

NÄR ska det ske?

VEM ansvarar?

VAD ska göras?

HUR ska det genomföras?

Vilket MATERIAL behövs?

Vilka är LEDARE (medverkar)?

EKONOMI - vad kostar det?

**RE +
KRYT
ERA!**

WEBTRÄFFAR OCH STÖD FÖR ER REKRYTERING!