



Rotary ja tiedottaminen

- Miten viestimme ja kerromme ...

Piirikoulutus 1420
Kalastajatorppa
12.1.2012



Julkiskuva



- Miten viestimme ja kerromme Rotarysta?
- Puhumalla (uutta) asiaa
- Seuraamalla rotary-yhteisön tapahtumia
- Osallistumalla rotaryuutisten kirjoittamiseen ja julkaisemiseen



Tiesittekö, että ...?



- Rotarien aloitteesta Suomen ulkoministeriö on osallistunut yli miljoonalla eurolla End of Polio –hankkeeseen Afganistanissa
- tai että EOP –logo heijastetaan Turun Tuomikirkon tornin seinään 2.2.2012 Rotarien kirkossa järjestämän konsertin yhteydessä

Tuntuu hienolta olla mukana samoissa kuvioissa kuin Bill Gates ja Tony Blair

- Toisaalta

Ei ole helppoa löytää yhteenvetoa siitä montako kymmentä vuotta sitten suomalaisten rotarien toiseksi suurin projekti on aloitettu, montako tuhatta nuorta on osallistunut nuorisovaihtoon ja montako miljoonaa euroa on pelkästään hankittujen lentolippujen arvo nykyrahassa

- tai Lääkäripankista tai RYLAsta tai ...



Suunnitelma 1430



PR-toiminta ja varainhankinta

Tiedotustoiminnan lähtökohtana ovat piirin alueella toteutettavat palveluprojektit sekä humanitääriset hankkeet. Piirin kotisivuja kehitetään palvelemaan sekä ulos suuntautuvaa että piirin sisäistä tiedottamista. Piirin kotisivujen vuotuinen kävijämäärä on vähintään kolmannes Suomen Rotaryn sivujen kävijämäärästä.

Suunnittelukauden aikana perustetaan ammattieettisiin kysymyksiin paneutuva ja kantaa ottava verkkolehti, joka ilmestyy neljästi vuodessa.

Piirin varainhankinnasta yli 10 % tulee muista kuin jäsenistöltä kerättävistä maksuista (esim. verkkolehden mainoksista ja piirikonferenssin ohjelmalehtisen tuotoista) ja lisätulot käytetään piirin toiminnan tehostamiseen.



1430 Tavoitteet I



Jäsenyys- ja PR-komitea:

- Jäsenmäärä- ja kuntopistetavoitteet sekä jäsenrakenne

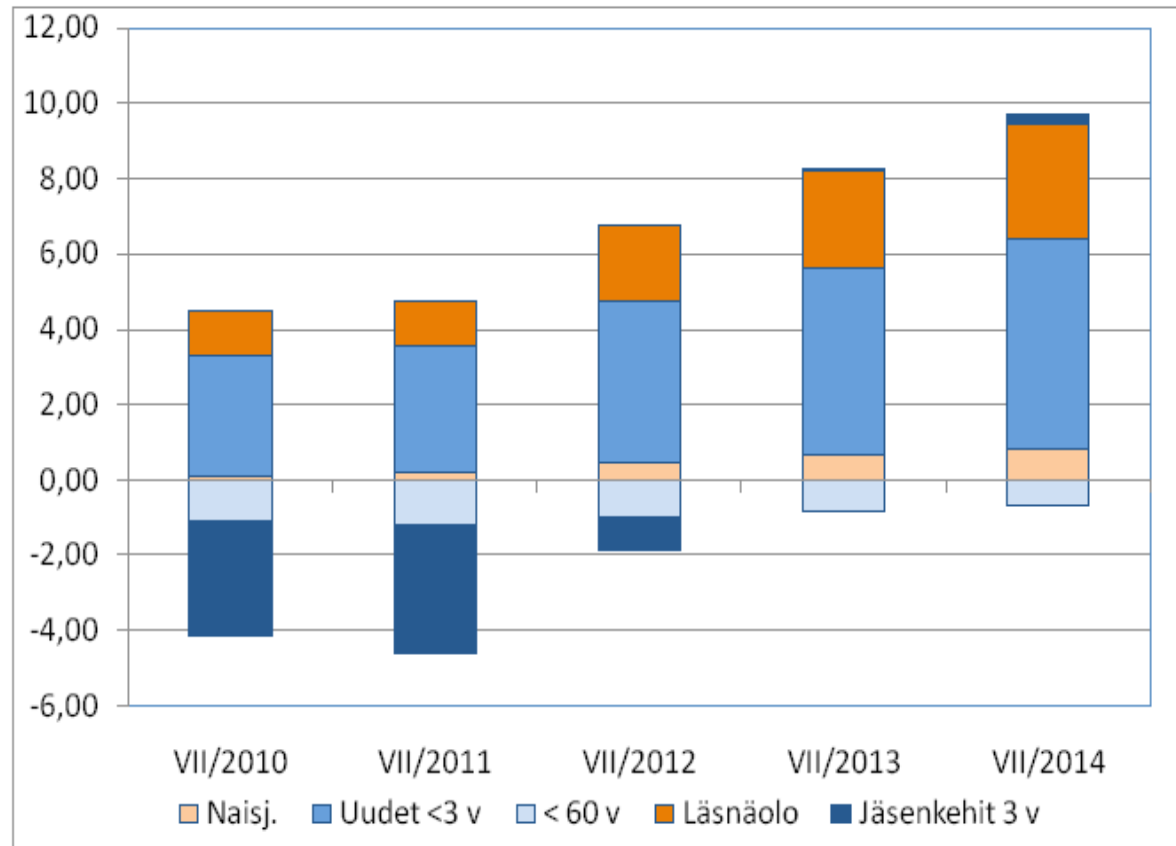
	2011	2012	2013	2014
Jäseniä	1820	1860	1890	1920
3 v lisäys	-11	64	92	100
Miehiä	1620	1630	1640	1650
Naisia	200	230	250	270
Ikä <60 v	800	838	866	895
Kesto < 3 v	250	290	320	350
Läsnäolo	56	60	63	65
Kuntopisteet	0,2	4,92	7,45	9,05



1430 Tavoitteet II



Tavoitteet Kuntokortin komponenteiksi eriteltyinä



A worldwide network of inspired individuals who translate their passions into relevant social causes to change lives in communities

Support and strengthen clubs

Focus and increase humanitarian service

Enhance public image and awareness

Leadership

Integrity

Diversity

Fellowship

Service



ROTARY INTERNATIONAL



Mitä uutta Rotary?



- Rotary on (ollut) hyvä brandi, joka myy hyvin jatkuvasti
- Nyt kuitenkin puolet uusista jättää yhteisön parissa vuodessa
- Mitä jäi puuttumaan? Tietoa ja tarinoita oman klubin ja koko rotary-yhteisön aikaansaannoksista? Ylpeydenaiheita? (!)

Mielestäni rotaryviestinnän ydin on jälkimarkkinoinnissa:

- pääkohderyhmänä ovat ne, jotka jo ovat jäseniä
- Jäsenyysedut ovat hyvin dokumentoitu tuote, jonka uusista versioista julkaistaan säännölliset päivitykset



PI-tavoitteet

Julkisuuskuva = Public Image



- Klubit ottavat vastuuta Rotaryn näkyvyydestä lähiympäristössään ja nimeävät klubille viestintävastaavan ja –assistentteja (nuorisovaihdon ja RYLA-/GSE- osanottajat)
- Klubin tapahtumista laaditaan lyhyet kuvaukset (teksti + kuvia) julkaistavaksi Rotary-medioissa
- Klubin sisäisessä viestinnässä myös muita Rotary-uutisia ja muille Rotareille ja ulkopuolisille suunnattua infoa sekä linkit sosiaaliseen mediaan
- Klubit kehittävät mediasuhteitaan – tutustumistilaisuudet, esitelmöitsijäksi/jäseneksi kutsuminen
- TV-, radio ja ulkomainoskampanjat, Rotary-lehti, Rotary-merkki näkyville, Rotary-päivä, Rotary-konsertti,...



Toiveajatuksia



- Klubit kehittävät jäsenilleen ”hissipuheohjeet”
- Rotaryn tunnetuksi tekeminen koetaan osaksi klubin palvelutoimintaa
- Suomeen synnytetään rotarytarinoiden tuottamis- ja julkistamisverkosto