

Handboken för klubbkommittén för PR

EN DEL AV INFORMATIONSPAKET
FÖR KLUBBENS ÄMBETSMÄN

ROTARY INTERNATIONAL®



Innehåll

Inledning

1 Kommitténs roll och ansvarsområden	3
Göra PR för din Rotaryklubb.....	4
Vad ingår i PR?.....	5
Medlemmar och allmänhetens bild av Rotary och klubben.....	6
Rotarys nyckelbudskap.....	7
2 Ordföranden i klubbkommittén för PR	10
Din kommitté.....	11
Målformulering.....	12
Budget.....	13
Kommunikation.....	13
3 Resurser	14
Diskussionsfrågor: Distriktssamrådet	16
Arbetsblad för distriktssamrådet	17

Det här är 2012 års upplaga av *Handboken för klubbkommittén för PR*. Den är avsedd att användas av klubbens kommittéer 2013-14, 2014-15 och 2015-16. Informationen i texten är baserad på Enhetlig grundlag för Rotaryklubbar, Rekommenderade stadgar för Rotaryklubbar, Rotary Internationals grundlag, Rotary Internationals stadgar samt Rotarys policysamling. Se dessa resurser för exakta riktlinjer. Ändringar i dessa dokument, som beslutas av lagrådet eller RI-styrelsen, gäller framför policy som anges i den här handboken.

Foton: Alyce Henson och Monika Lozinska-Lee

Inledning

Handboken för klubbkommittén för PR har utformats för att hjälpa Rotaryklubbarnas PR-kommittéer att sätta upp mål och förstå det ansvar de har när det gäller att få klubbarna att fungera mer effektivt. Eftersom kommitténs uppgifter varierar beroende på lokala lagar, kulturella seder och bruk samt etablerade klubbrutiner, bör du anpassa de rekommendationer som finns i denna publikation till din klubbs specifika behov.

Handboken har tre kapitel. Det första kapitlet handlar om din kommittés huvudsakliga ansvarsområden, det andra kapitlet handlar om de uppgifter som är specifika för dig som är kommittéordförande och det tredje kapitlet innehåller resurser som kan vara användbara för dig och kommitténs medlemmar. Efter det tredje kapitlet följer diskussionsfrågor som bör gås igenom innan distriktssamrådet samt arbetsblad som kommer att användas där. Se därför till att du har med dig handboken till distriktssamrådet.

Det finns en handbok för varje kommitté som innehåller en översikt över vad respektive kommitté har för uppgifter (klubbadministration, medlemmar, PR, serviceprojekt samt Rotary Foundation). Extra exemplar av denna handbok kan hämtas kostnadsfritt på www.rotary.org. Denna handbok är en del av *Informationspaketet för klubbens ämbetsmän* (225-SV). Alla handböcker kan dock köpas separat på shop.rotary.org.

När du förbereder dig för att hjälpa till att leda din klubb bör du komma ihåg att din klubb är medlem i Rotary International. Genom detta medlemskap är klubben länkad till drygt 34 000 Rotaryklubbar i hela världen och har tillgång till organisationens tjänster och resurser, inklusive publikationer på nio språk, information på www.rotary.org, bidrag från Rotary Foundation och stöd från personalen vid huvudkontoret samt de internationella kontoren.

Gå igenom innehållet i kapitel 1 med de övriga kommittémedlemmarna för att säkerställa att de är helt införstådda med kommitténs uppgifter.

Kommentarer?

Rikta frågor eller kommentarer om denna handbok och RI:s utbildningsresurser till:

Leadership Education and Training Division

Rotary International

One Rotary Center

1560 Sherman Avenue

Evanston, IL 60201-3698

USA

E-post: learn@rotary.org

Telefon: +1-847-866 3000

Fax: +1847-866 9446

1

Kommitténs roll och ansvarsområden



**Klubb-
presidenten är ex
officio medlem
i alla klubbkom-
mittéer.**

Klubbkommittén för PR har som uppgift att utveckla och omsätta en plan för att informera allmänheten om Rotary och göra PR för klubbens serviceprojekt och aktiviteter. Stark PR gör samhällen runt om i världen medvetna om att Rotary är en pålitlig organisation som svarar på verkliga behov. Om samhället har en positiv bild av klubben motiveras klubbens medlemmar att vara aktiva och potentiella medlemmar blir intresserade av att gå med i klubben.

PR-kommitténs uppgifter, som sammanfattas nedan, förklaras närmare i det här kapitlet:

- Sätta upp mål för kommittén för att kunna uppnå klubbens mål för PR för det kommande året.
- Göra sig bekanta med RI:s PR-resurser.
- Informera klubbens medlemmar, media och samhället om klubbens aktiviteter och projekt.
- Lära sig vilka PR-inslag som kommer att hjälpa till att göra PR för Rotary i samhället.
- Känna till Rotarys nyckelbudskap och kunna använda dessa när man talar inför publik.
- Samarbeta med klubbens medlemskommitté för att stödja dem i deras rekryteringsarbete.

**PR-kommitténs
arbete inriktar
sig på tjänstegre-
nen klubbttjänst.**

Underkommittéer kan skapas för att hantera kommitténs olika uppgifter, i synnerhet om klubben är stor.

När du läser vidare om dessa uppgifter bör du fundera över din kommittés mål, hur din handlingsplan kommer att se ut och vilka resurser du kommer att behöva för ditt tjänstgöringsår.

Om Rotary eller din klubb skulle få negativ publicitet bör din kommitté träffas för att diskutera hur man ska bemöta detta problem. Motverka missuppfattningar med välriktade PR-insatser. Mer information finns i *Mediahantering i krissituationer (515-SV)*. Du kan också kontakta RI:s mediapersonal för att varna dem om att en krissituation skulle kunna uppstå.

Göra PR för din Rotaryklubb

PR-kommitténs huvudsakliga uppgifter är att informera närsamhället om er klubbs serviceprojekt och aktiviteter. Genom att göra detta får organisationens värderingar och arbete samtidigt positiv publicitet. Samhället lär sig om Rotary genom media och genom vad andra säger om organisationen, och det är därför oerhört viktigt att informera dina klubbmedlemmar och media om klubbens arbete för att bygga upp stark PR.

Det finns många sätt att göra PR för din klubb och organisationen, inklusive:

- sponsra speciella evenemang som t.ex. maraton, återvinningsinsatser eller penninginsamlingar
- anordna utställningar och skyltningar i hela samhället
- annonsera om klubbens projekt och evenemang i olika tidningar, på affischtavlor, bussar, flygplatser och tågstationer
- uppmuntra rotarianerna att bära sina Rotarynålar
- inkludera information om Rotary i ett onlineforum, i en samhällskalender, webbplatser för socialt nätverkande eller på klubbens eller en annan organisations webbplats.

Din kommitté bör komma med förslag till andra idéer innan ditt år börjar och skapa en plan för att förverkliga dessa idéer. För att kunna göra PR för Rotary på effektivt sätt måste du förstå vad PR innebär och veta hur man använder Rotarys nyckelbudskap.

Vad ingår i PR?

Effektiv PR fordrar tid, arbete och planering. Innan Rotaryårets början bör din kommitté ta fram en handlingsplan som inkluderar de projekt och aktiviteter som man kommer att göra PR för.

Målgrupper. Att se till att samhället får en positiv bild av Rotary kräver skraddarsydd PR för olika målgrupper, beroende på vilken typ av projekt och aktiviteter din klubb vill genomföra. Att nå ut till rätt publik är väsentligt för att projekten ska bli framgångsrika. Dessa målgrupper kan omfatta:

- personer som direkt berörs av Rotarys serviceprojekt
- studerande och lärare
- styrande på lokal nivå
- specialiserade medier för specifika ämnen som utbildning, läs- och skrivkunnighet, vatten eller hälsa
- andra icke-statliga och ideella organisationer
- ledare i företag eller samhället
- samhällsorganisationer
- TV-, radio-, tidnings- och onlinejournalister, bloggare eller reportrar.

Förhandsgranska och hämta material som är klart att använda i media på rotary.org/mediacenter.

Media. Med tanke på den enorma konkurrens som råder när det gäller tid och utrymme i media är det viktigt för din klubb att vara kreativ och överväga alla typer av medier för att framföra information om vad klubben är och vad den gör.

Termen ”media” kan inkludera TV-stationer, tidningar, internationella telegramtjänster, Internet, inklusive bloggar och sociala medier samt andra organisationers och institutioners publikationer. Andra mediatyper omfattar:

- lokala tidningar och radiostationer
- affischtavlor och liknande, som t.ex. skyltning på buss- och tågstationer
- facktidskrifter
- kabel-TV-kanaler
- nyhetsbrev från företag och samhällsorganisationer.

Pressmeddelanden. Det vanligast sättet att skicka ut information till medierna är genom ett pressmeddelande. Genom ett pressmeddelande kan man informera media om ett evenemang eller skicka information som kan användas som grund för en artikel. Ett bra pressmeddelande besvarar de enkla frågorna vem, vad, när, var, varför och hur. Se till att pressmeddelandet är objektivt och kortfattat (inte mer än en sida långt).

När du skickar ut ett pressmeddelande bör du tänka på följande:

- Skicka ditt pressmeddelande i själva e-postmeddelandet och inte som bilaga. Spamfilter flaggar ofta e-postmeddelanden med bilagor vilket gör att ditt meddelande kanske inte kan levereras.

- I stället för att bara skriva ”Pressmeddelande” i ärenderaden bör du skriva vad pressmeddelandet handlar om.
- Ta dig tid att leta reda på rätt kontaktperson och skicka ditt pressmeddelande direkt till en enskild reporter i stället för att skicka det till en allmän e-postadress.

Faktablad. Ett faktablad ger grundläggande information om Rotary, dess historia, målsättning och projektprioriteringar. Bland rotarianerna används faktablad för att informera nya och potentiella medlemmar och utanför Rotary används de för att ge medierna bakgrundsinformation, öka allmänhetens medvetenhet om Rotary och informera allmänheten om Rotarys aktiviteter. Sök efter ”PR fact sheet” på www.rotary.org, och hämta kopior som du kan skicka med dina pressmeddelanden.

Medlemmar och allmänhetens bild av Rotary och klubben

Allmänhetens bild av Rotary och medlemstillväxt hänger ihop. En konsekvent och högkvalitativ kampanj kommer att få enskilda personer att leta reda på de lokala klubbarna och att vara mer benägna att acceptera inbjudningar att gå med i Rotary. Klubbens PR-kommitté bör komma ihåg detta när de genomför sina PR-insatser för Rotary.

En framgångsrik PR-kampanj använder så många medier som möjligt. De andra medlemmarna i din klubb kan hjälpa dig att göra Rotary och er klubb känd.

Främja en positiv bild av Rotary. Samarbeta med klubbens medlemskommitté för att komma fram till vad som kan locka nya medlemmar till Rotary och avgör sedan vilka medier som är mest sannolika att nå ut till dessa. Diskutera hur ni ska samarbeta om rekryteringsinsatser.

För att hjälpa till att rekrytera nya medlemmar bör klubbens PR-kommitté överväga att

- göra PR för Rotarys arbete med och för ungdomar
- betona de möjligheter till hjälpinsatser, nätverkande och kamratskap som medlemskap i en Rotaryklubb medför
- publicera information om klubbverksamhet i affärs- och facktidskrifter
- ha en speciell sektion för icke-rotarianer på klubbens webbplats och uppmuntra samhällsorganisationer att länka till denna.

Stark PR kommer inte bara att hjälpa till att locka nya medlemmar till en klubb utan bidrar även till att få befintliga medlemmar att stanna kvar i klubben.

Gör klubbens aktiviteter mer attraktiva för media. Fundera över vilken typ av aktiviteter och evenemang som ditt samhälle skulle kunna vara intresserat av. Samarbeta med klubbens kommitté för administration för att skapa klubbprogram som har nyhetsvärde

och med kommittén för serviceprojekt för att utföra projekt som är attraktiva för media och dina målgrupper, som t.ex.:

- serviceprojekt som svarar på behov på hemorten eller har samband med andra aktuella nyheter
- internationella serviceprojekt som stöds av klubben eller en person i klubben som håller på med volontärarbete
- projekt som engagerar ungdomar på orten eller kända personer
- kända eller framstående talare på ett klubbmöte
- presentationer av deltagare i RI:s eller Rotary Foundations program som berättar om sina erfarenheter från en annan kultur
- Interact- och Rotaract-aktiviteter
- årsdagar för lokala klubbar eller program
- aktiviteter med starka visuella element
- innovativa eller unika projekt och aktiviteter.

Engagera medlemmarna att hjälpa till. Din medlemsbas är en värdefull resurs för din kommitté. Engagera medlemmarna i dina PR-insatser genom att låta dem sprida ordet om klubbens aktiviteter och projekt och om organisationen. Se till att alla medlemmar i din klubb är kunniga om Rotary och dess program och uppmuntra dem att göra PR för Rotarys verksamhet och kärnvärderingar både bland vänner och bland affärskontakter.

Rotarys nyckelbudskap

Ett av de bästa sätten att göra PR för Rotary är att prata om din klubb och organisationen. Du kan prata med icke-rotarianer under projektevenemang och vid andra tillfällen. Se till att ha kortfattade uttalanden i beredskap som förklarar vad Rotary och klubben är för medierna.

Var förberedd att svara på var och en av följande frågor på maximalt en minut:

- Vad är Rotary?
- Vilka är medlemmar i Rotary?
- Vad gör Rotary?

Dina svar ska vara positiva, sakliga, specifika och korta. Undvik att använda Rotaryterminologi som icke-rotarianer kanske inte förstår. När omständigheterna kräver mer formella eller längre yttranden bör du tänka på följande tips:

- Fundera över vilka du vänder dig till och anpassa din presentation för att göra den intressant för dem.
- Gör en översikt över ämnen som du skulle vilja inkludera.
- Öva på ditt tal och ta tiden på det.

I de videor som kallas för "Rotary Minute" (finns på www.rotary.org) kan du se hur andra rotarianer har besvarat frågor om Rotary på en minut.

Följande nyckelbudskap om Rotary kan tas med i PR-material och/ eller användas när du håller tal inför allmänheten:

Rotary är en internationell humanitär hjälporganisation.

- Rotarys medlemmar är ledare inom affärsvärld och yrkesliv i drygt 200 länder som ställer upp med sin expertis, medkänsla och styrka för att åstadkomma positiva förändringar i samhällen såväl i sina hemländer som utomlands.
- Rotary är ett världsomfattande nätverk med drygt 34 000 klubbar som består av inspirerade enskilda personer som använder sin passion till socialt arbete som förändrar liv och förbättrar samhällen.
- De miljontals människor som har fått ett bättre liv tack vare Rotary dokumenterar vår långa och framgångsrika bakgrund.

Rotarys främsta mål är att utrota polio i hela världen.

- Rotary är i samarbete med Världshälsoorganisationen, UNICEF, Bill & Melinda Gates Foundation och nationella regeringar, nära att utrota den andra sjukdomen i historien efter smittkoppor med en 99-procentig minskning av poliofall i hela världen sedan 1985.
- Rotarys medlemmar har bidragit med mer än 1 miljard USD och oräkneliga volontärtimmar för att hjälpa till att vaccinera över två miljarder barn i 122 länder.
- Rotaryklubbar har samlat in drygt 200 miljoner USD för att matcha de 355 miljoner USD som man fått i bidrag från Bill & Melinda Gates Foundation.

Rotary står i förgrunden när det gäller att ta itu med de stora humanitära problem som världen står inför idag.

- Mödra- och barnavård, rent vatten och sanitet, läs- och skrivkunskaper samt förebyggande och behandling av sjukdomar är några av Rotarys främsta fokusområden.
- Rotarys målinriktade affärsmodellsstrategi har fått andra organisationer att ingå samarbete med oss för att tackla dessa humanitära prioriter.

Rotary investerar i människor för att generera hållbar ekonomisk tillväxt.

- Rotary stöder företagare på gräsrotsnivå och hjälper till att förbereda ungdomar och kvinnor för meningsfullt arbete.
- Rotary hjälper samhällen att öka sin förmåga att stödja hållbar ekonomisk utveckling.

Rotary skapar fred och internationell förståelse genom utbildning.

- Programmen vid Rotarys fredscenter erbjuder drygt 110 sökande per år möjligheter att ta en doktorsexamen eller ett yrkesutvecklingscertifikat i fredsstudier vid centren som finns på sju olika universitet i världen.

- Idag finns drygt 600 före detta fredsstipendiater på viktiga, beslutsfattande poster i regeringar och organisationer runtom i världen.
- Rotarys ungdomsutbytesprogram främjar internationell förståelse genom att göra det möjligt för 8 500 gymnasieelever att bo och studera utomlands varje år i över 100 länder.

2

Ordföranden i klubbkommittén för PR



För att förbereda dig för din tid som kommittéordförande bör du ta reda på vad som kommer att förväntas av dig och din kommitté av klubbens styrelseledamöter och medlemmar, ditt distrikt och Rotary International. Det finns flera saker du bör göra innan du tillträder din post för att förbereda dig för din roll. Förutom att delta i dina utbildningssessioner under distriktssamrådet, bör du även

- ha ett möte med den avgående kommittéordföranden
- gå igenom din klubbs stadgar för att bekanta dig med din klubbs specifika rutiner och bestämmelser
- gå igenom din klubbs strategiska plan och sätta upp årliga mål som stöder denna
- välja ut och förbereda dina kommittémedlemmar tillsammans med den tillträdande presidenten
- bilda underkommittéer efter behov (mediarelationer, reklam/marknadsföring och speciella evenemang)
- fundera över vilken typ av aktiviteter din klubb kan genomföra för att förbättra allmänhetens bild av klubben och locka till sig nya medlemmar
- utarbeta en kommunikationsplan för året

Besvara diskussionsfrågorna i slutet av den här handboken för att förbereda dig för distriktsamrådet.

- ta reda på vilka ytterligare ansvarsområden eller uppgifter som din klubb har för din kommitté.

Bra förberedelser kommer att leda till ett produktivt år. När du tillträder ditt ämbete kommer du att ha följande huvudsakliga uppgifter:

- Ha hand om din kommittés budget.
- Samarbeta med klubbens andra kommittéer och med din distriktskommitté när det gäller aktiviteter eller initiativ som involverar flera klubbar.
- Planera och genomföra regelbundna kommittémöten och aktiviteter.
- Hålla kontroll över hur man ligger till när det gäller kommitténs mål och rapportera om kommitténs aktiviteter och framsteg till klubbens president, styrelse och klubben i övrigt.

Din kommitté

Samarbeta med den tillträdande klubbpresidenten för att utse de kommittéledamöter som ersätter avgående ledamöter och genomför planeringsmöten innan året börjar. Kommittémedlemmarna bör utses för tre år i taget för att säkerställa kontinuitet. Tänk på att följande egenskaper kan vara till stor nytta när du väljer ut nya kommittémedlemmar:

- Yrkeserfarenhet av media
- Duktig på att tala, skriva och fotografera
- Bekant med webbplatser för socialt nätverkande
- Erfarenhet av att göra webbplatser
- Ha en framträdande ställning i samhället

När din kommitté har bildats är det ditt ansvar att förbereda medlemmarna för det kommande Rotaryåret. Avgör hur du kan använda dina medlemmars kunskaper och intressen på bästa sätt och delegera uppgifter därefter. Du kan förbereda kommittémedlemmarna genom att

- informera dem om kommitténs pågående aktiviteter och planer som är relaterade till klubbens strategiska plan
- para ihop nya kommittémedlemmar med mer erfarna
- uppmuntra till kommunikation med personer som har samma uppgifter i andra klubbar genom att använda distriktskatalogen
- informera medlemmarna om resurser som står kommittén till förfogande
- ge medlemmarna en lista över aktiviteter och möten i distriktet.

Det finns en mängd olika planeringsverktyg som klubbarna kan använda, inklusive Vägledning för en aktiv och framgångsrik klubb: Ledarskapsplan för er klubb och Strategisk planeringsvägledning.

Målformulering

Som ordförande i din kommitté är du ansvarig för att se till att kommittén sätter upp och uppnår mål för året som stöder klubbens strategiska plan. Du kommer att få tillfälle att arbeta med målformulering tillsammans med den tillträdande klubbpresidenten och andra tillträdande klubbledare under distriktssamrådet. RI håller på att ta fram ett onlineverktyg som hjälper klubbarna att skicka in sina mål via Medlemswebben.

Effektiva mål. Försäkra dig om att de årliga målen återspeglar kommitténs möjligheter och klubbens intressen. Mål ska kunna delas och mätas, vara utmanande, möjliga att nå och begränsade i tiden.

Handlingsplan. Samarbeta med klubbledarna och kommittémedlemmarna för att ta fram en handlingsplan som inkluderar de åtgärder som måste vidtas för att man ska kunna uppnå varje enskilt mål. Följande kan vara till hjälp när detta görs:

- Sätt upp en tidsram för varje åtgärd.
- Besluta om vem som har ansvar för varje åtgärd.
- Fastställ kriterier för att mäta framsteg och framgång för varje åtgärd.
- Överväg att använda de resurser som finns att få från klubben, distriktet och RI för att nå målet.
- Skaffa mänskliga, informativa och ekonomiska resurser innan arbetet börjar.
- Bestäm hur ni ska utvärdera hur ni ligger till när det gäller era mål och om utgångsuppgifter behövs.
- Utvärdera målen regelbundet för att säkerställa att man gör stadiga framsteg för att uppnå dessa och gör justeringar om nödvändigt.

Motivation. En del av ditt ansvar är att hålla dina kommittémedlemmar motiverade. Vanliga motivationsfaktorer omfattar:

- övertygelse om att målet kommer att vara till nytta
- övertygelse om att målet kan uppnås och kommer att vara en framgång
- tillfällena till kamratskap och nätverkande
- uppgifter som använder medlemmarnas specifika kunskaper
- uppmärksammande av tid och arbete för att nå kommitténs mål.

Dessa motivationsfaktorer kan hjälpa till att hålla kommittémedlemmarna engagerade i Rotary och uppmuntra till ökat deltagande i klubbens aktiviteter.

Budget

Innan den 1 juli måste du tillsammans med den avgående kommittéordföranden och klubbskattmästaren avgöra vad din kommitté behöver vad gäller finansiering och inkludera dessa pengar i klubbens budget. Se till att du inkluderar eventuella planerade insamlingsaktiviteter.

Ordna kontroll över kommitténs medel, transaktioner och rapporter och se till att du hela tiden är informerad om den ekonomiska situationen för din kommittés budget. Genom att ha regelbundna möten med klubbens skattmästare kan du tidigt vidta åtgärder om det skulle behövas.

Kommunikation

Fundera över hur du kommer att kommunicera med följande klubbledare:

- **Kommittémedlemmarna.** Kommittéerna bör träffas regelbundet för att identifiera tillgängliga resurser, diskutera pågående projekt och nya initiativ och utveckla strategier för att nå kommitténs och klubbens mål.
- **Din klubb.** Rapportera om kommitténs aktiviteter, inklusive handlingsplaner och framsteg på vägen mot uppsatta mål till klubbpresidenten, styrelsen och alla klubbmedlemmar.
- **Andra kommittéer.** En kommittés arbete påverkar en annan kommittés arbete. Din kommitté bör samarbeta med följande klubbkommittéer:
 - Kommittén för serviceprojekt (för att känna till kommande projekt som kan intressera media)
 - Medlemskommittén (för att skraddarsy kommitténs PR-insatser för potentiella medlemmar i samhället och få klubbens befintliga medlemmar att känna sig stolta över att vara medlemmar)
 - Rotary Foundation-kommittén (för att vara informerade om kommande bidrag)
 - Kommittén för administration (för att informera media i förväg om talare i klubbprogram och utforma klubbens webbplats så att den blir attraktiv för media och allmänheten)
- **Ditt distrikt.** Om din kommitté behöver vägledning eller information kan du kontakta ordföranden i motsvarande distriktskommitté eller din assisterande guvernör.
- **Din region.** Din Rotarysamordnare för resursgruppen Public Image kan hjälpa din klubb med frågor som gäller PR. Hitta den Rotarysamordnare för resursgruppen Public Image som har hand om din region på www.rotary.org.

3

Resurser



Det finns många resurser som kan hjälpa din kommitté att utföra sina uppgifter: Hämta resurser på www.rotary.org, eller beställ dem på shop.rotary.org, via e-post på shop.rotary@rotary.org, eller från ditt internationella kontor.

- [*Effective Public Relations: A Guide for Rotary Clubs*](#) (257) – verktyg och tips för hur man gör PR för klubbaktiviteter så att de drar till sig positiv uppmärksamhet från allmänheten och potentiella medlemmar.
- www.rotary.org – RI:s webbplats, som är till för att hjälpa klubbens ledare att skapa en positiv bild av Rotary hos allmänheten. Inkluderar exempel på pressmeddelanden, tips om hur man arbetar med media samt nyhetsmeddelanden.
- Rotary Media Center (www.rotary.org/mediacenter) – resurs där man kan visa och hämta multimediainnehåll, inklusive videor med sändningskvalitet, bilder med hög upplösning som kan användas i tryckalster, färdiga reklammeddelanden för radio samt länkar till Rotarys konton för sociala medier. Dessa resurser kan användas för att visa för andra rotarianer eller i lokala medier.
- [*Mediahantering i krissituationer*](#) (515-SV) – hjälper Rotaryklubbar och distrikt att hantera nyhetsmedierna på effektivt sätt när oväntade händelser leder till frågor från pressen.

- *The Rotarian* (eller den regionala Rotarytidningen som t.ex. *Rotary Norden*) – RI:s månatliga officiella tidning, som ger information om klubb- och distriktsprojekt, RI-styrelsens beslut och RI-möten. Det finns dessutom 30 regionala Rotarytidningar på 24 språk för rotarianer i olika delar av världen.
- [Detta är Rotary](#) (001-SV) – färgglad illustrerad broschyr som ger en kort översikt över Rotary för potentiella medlemmar och allmänheten.
- [RI Visual Identity Guide](#) (547-SV) – riktlinjer för utformning av publikationer på alla nivåer inom Rotary och information om hur man använder Rotarymärken på rätt sätt.
- [Vad är Rotary?](#) (419-SV) – kort i plånboksformat som ger svar på vanliga frågor om Rotary.
- *Rotary PR Tips* – e-nyhetsbrev som erbjuder idéer för klubbar och distrikt om hur man kan marknadsföra Rotary i deras samhällen. Prenumerera online på rotary.org/newsletters.

Mänskliga resurser

Kontaktuppgifter kan hittas i *Official Directory*, på www.rotary.org eller fås av din distriktsguvernör.

- Assisterande guvernören – rotarian som utsetts till att hjälpa guvernören med administrationen av tilldelade klubbar. Din assisterande guvernör kommer att besöka din klubb en gång i kvartalet (eller oftare) och kan hjälpa till med att svara på frågor eller komma med råd.
- Distriktsguvernören – RI-ämbetsman som har till uppgift att ge klubben råd om strategier som gör klubben mer effektiv.
- Distriktskommittén för PR – rotarianer som utsetts för att stödja klubbarna i deras PR-insatser.
- Andra klubbkommittéordförande i distriktet – ledare i andra klubbar kan fungera som resurspersoner för att hjälpa till att stödja din klubbs projekt och initiativ.
- Före detta klubbkommittéordförande och klubbledare – erfarna rotarianer som kan ge dig råd när du planerar ditt år och som kan utses att leda kommittéaktiviteter.
- Medlemmar i Rotarys resursgrupp Public Image – rotarianer som tillsatts av RI-presidenten som tillhandahåller vägledning och resurser för att hjälpa Rotaryklubbarna och distrikten att göra PR för projekt, informera om framgångshistorier och förklara vad Rotary är och gör genom media.
- Contact Center – ett team som kan besvara frågor och kan nås på contact.center@rotary.org eller det avgiftsfria numret (endast inom USA och Kanada) +1-866-9ROTARY (+1-866-976 8279). Rotarianer utanför Nordamerika bör fortsätta kontakta sina internationella kontor.

Diskussionsfrågor: Distriktssamrådet

När du funderar över de här frågorna bör du prata med avgående och tillträdande klubbledare för att jämföra åsikter.

Vilka är PR-kommitténs uppgifter och vilka är dina specifika uppgifter som ordförande i denna kommitté?

Hur kommer din kommitté att stödja klubbens strategiska plan?

Vad kan du göra för att göra PR för Rotary bland potentiella medlemmar och vem i samhället kan du samarbeta med för att göra PR för klubben?

Vilka nyhetsmedier kommer din klubb att använda för att göra PR för klubben?

Hur kan du hjälpa kommittémedlemmarna att sköta sina uppdrag?

Vilka är din kommittés långsiktiga och årliga mål?



Arbetsblad 1:
Anteckningar

A large grid of dotted lines for taking notes.

Arbetsblad 2: Mål

Använd det här arbetsbladet för att sätta upp långsiktiga mål och årliga mål för att kunna uppnå de långsiktiga målen på tre år. Försäkra dig om att dina mål är:

Delade. De som deltar i att sätta upp ett mål och utveckla strategier för att uppnå målet engagerar sig i att försöka uppnå detta.

Mätbara. Ett mål bör ha en mätbar punkt att uppnå.

Utmanande. Ett mål bör vara tillräckligt ambitiöst för att gå utöver det som klubben uppnått tidigare.

Uppnåeliga. Det ska vara möjligt för rotarianerna att nå målet med de resurser som står dem till förfogande.

Är begränsade i tiden. Ett mål bör ha en deadline eller en tidsplan.

Långsiktigt mål (mål för din klubb tre år fr.o.m. nu):

Mål för år 1:

Mål för år 2:

Mål för år 3:

Arbetsblad 3: Handlingsplan

Skriv upp ett av de årliga målen från ditt arbetsblad om mål i rutan nedan. Fastställ sedan vilka åtgärder som måste vidtas för att detta mål ska kunna uppnås.

Årligt mål:

Åtgärd	Vem kommer att ha ansvaret?	Hur lång tid kommer denna åtgärd att ta?	Hur kommer ni att mäta framsteg?	Vilka resurser står till förfogande?
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

Resurser som behövs:

Arbetsblad 4: PR-kommittén – fallstudier

Läs igenom fallstudierna nedan och besvara frågorna. Skapa en plan genom att använda arbetsbladet för handlingsplaner för fallstudier på sid. 23.

Fallstudie 1

Du har just påbörjat din tjänstgöringsperiod som ordförande i PR-kommittén. Strax efter att du tillträtt ämbetet kontaktar du lokala nyhetsmedier och bjuder in dem till den plats där din klubb håller på att bygga en skola. TV-ankaret intervjuar en klubbmedlem som råkar ge några uppgifter som inte stämmer.

Vad gör du?

Fallstudie 2

Presidenten och ordföranden för medlemskommittén i din klubb är överens om att er klubb behöver starkare onlinenärvaro. De föreslår att ni ska använda fler webbplatser för sociala medier och bilda nätverk med andra klubbars webbplatser.

Hur kan ni använda webbplatser för sociala medier och andra webbplatser för att stärka klubbens onlinenärvaro?

Fallstudie 3

Vid ett insamlingsevenemang för en lokal skola ber arrangörerna dig att ge ett tal till publiken om vad din klubb är känd för i samhället.

Vad säger du?

Fallstudie 4

Invånarna på er ort tror att det enda er klubb gör är att träffas för att äta lunch tillsammans en gång per vecka. Er klubb är mycket engagerad i att stödja ert samhälle.

Hur kan ni få samhället att ändra sitt intryck av klubben?

Fallstudie 5

En annan Rotaryklubb har sponsrat en ny Interact-klubb. Interact-medlemmarna är entusiastiska över flera projekt och i synnerhet ett internationellt serviceprojekt som går ut på att stödja ett nytt bibliotek. De har kontaktat dig för att be om hjälp med att göra PR för deras arbete. Förutom att ge ekonomiska bidrag till projektet skulle Interact-medlemmarna gärna vilja att samhället donerade böcker.

Hur kan ni göra PR för deras insatser?

Vilka kommer ni att behöva samarbeta med?

Vilka medier kommer ni att kontakta?

På vilka andra sätt skulle man kunna göra PR för Interact-klubbens projekt förutom att kontakta media?

Handlingsplan för fallstudie

Åtgärd	Vem kommer att ha ansvaret?	Hur lång tid kommer denna åtgärd att ta?	Hur kommer ni att mäta framsteg?	Vilka resurser står till förfogande?
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

Vad har du lärt du dig av det här studiepasset som du kan ha användning av i din klubb?

Resurser som behövs:

Arbetsblad 5: Guide för problemlösning

Använd Planeringsvägledning för effektiva Rotaryklubbar och arbetsbladet för uppställning av mål från studiepass 2 för att utveckla din guide för problemlösning. Analysera din klubbs mål och fundera över vilka potentiella utmaningar som kan göra det svårt att uppnå dessa. Föreslå sedan lösningar till dessa utmaningar.

	Mål	Potentiell utmaning	Vilka resurser finns till förfogande
Administration			
Medlemmar			
PR			
Serviceprojekt			
Rotary Foundation			
Annat			

Bara ett klick bort!



Logga in på Medlemswebben för att

- **ta kurser för att lära dig mer om Rotary**
- **uppdatera klubbuppgifter och hämta rapporter**
- **visa klubbens halvårsrapport (SAR) och betala in avgifter**
- **ange din klubbs mål för året och hålla reda på hur långt ni kommit på väg mot era mål.**

Gå till Medlemswebben genom att klicka på länken högst upp i högra hörnet på Rotarys startsida. Här kan du utföra alla dina Rotaryärenden på ett och samma ställe.

www.rotary.org/sv/memberaccess



ROTARY INTERNATIONAL®

One Rotary Center

1560 Sherman Avenue

Evanston, IL 60201-3698 USA

www.rotary.org