BRIDGENSDAG

En praktisk guide
til arrangementer

SOSIALT

GØY

UTFORDRENDE

Innhold

Om denne guiden 3
Før-under-etter 3
NBF kan hjelpe 3
Organisering: Oppgaver i de lokale klubbene 4
Definér ansvarsområder 4
Møtefrekvens 5
Før arrangement 6
Internt 6
Eksternt 6
Under arrangementet 8
Vær hyggelig 8
Vi anbefaler å organisere dagen i fire deler 8
Lag et manuskript for dagen 9
Etter arrangementet 10
Hjemmeside 10
Personlig kontakt 10
Evaluering! 10
Og til slutt 10

Om denne guiden

Dette er Norsk Bridgeforbunds guide til arrangementer. Først og fremst for Bridgens Dag, men kan selvsagt brukes til andre arrangementer. Formålet med guiden er å gjøre det enklere å arrangere *Åpen Dag* for klubbene i forbindelse med Bridgens Dag.

Guiden skal hjelpe og inspirere dere til å tenke på Bridgens Dag-arrangementer som en *før-under-etter* prosess. Hvorfor skal vi tenke sånn? Fordi vi vil at folk skal komme på arrangementene våre, vi skal gi både besøkende og frivillige en god opplevelse på arrangementet og vil vil at folk skal starte/fortsette med bridge etter arrangementet.

Målet er å feire bridgen på en måte som skaper nye bridgespillere, som selv blir engasjert og som blir til bridgeentusiaster over tid.

Ikke alle klubber kan/vil følge guiden 100% - det er helt i orden. La den inspirere dere og bruk det guiden på en måte som gir mening for dere lokalt.

Før-under-etter

Guiden er bygget opp på hva som skal gjøres, når og hvorfor i henhold til et før (kommunikasjon), under (arrangering) og etter (evaluering av deltagere).

NBF kan hjelpe

Vi er her for å hjelpe dere med å gjøre det dere gjør best. Så hvis dere har spørsmål, ikke nøl med å kontakte oss. Men se gjerne først gjennom guiden, sjansen er stor for at svaret på spørsmålet ligger på sidene som følger.

Innholdet i guiden er generelle anbefalinger til organisering i deres lokale bridgeklubb, med tanke på arrangementer. Den tar for seg:

- Hvordan dere organiserer dere i klubben
- Hvordan dere arbeider med arrangementet før, under og etter.

Organisering: Oppgaver i de lokale klubbene

Organisasjonen i bridgeklubben spiller en stor rolle. Det skal tildeles roller, så alle vet, hva som skal gjøres, og av hvem. Denne guiden er ikke et krav eller fasit, men den er vår anbefaling til organiseringen. Dere kan bruke det som passer for dere.

Vi anbefaler å utnevne:

Et antall ansvarspersoner	Helst flere stykker. Da er man dekket inn, ved f.eks. frafall. Vi kan alle bli syke eller forhindret fra å komme.
En kontaktperson	Kontaktpersonen er den som ansvarspersonerne går til når det skal tas beslutninger eller rettes opp i noe, som ikke er blitt avklart pga. sykdom eller annet fravær. Utover dette skal det defineres, hvilke ansvarsområder de ulike ansvarspersonene skal ha.

Definér ansvarsområder

Når planleggingsarbeidet starter er det VIKTIG at de involverte kjenner sine roller og sitt ansvar. Navn skal knyttes til konkrete arbeidsoppgaver.

Oppgaven er felles. Men alle involverte skal vite om og respektere hverandres ansvarsområder. Å hjelpe til er selvfølgelig lov, bare husk å sjekke med den som står som ansvarlig hva du kan hjelpe med.

Møtefrekvens

Planlegg et månedlig møte med ansvarspersonene kan enes om alt fra oversikt over aktiviteter og utstyr, til plan for fremdrift, fordeling av oppgaver osv., ut i fra hvor dere er i tidslinjen opp mot arrangementet.

Verktøy til denne planleggingen er ”Aktivitetskalenderen” som du også finner på www.bridgensdag.no

Bruk excel-arket, der kan dere spesifisere roller og oppgaver. Der er en god idé å gjøre dette i god tid – den bør ikke legges frem uken før Bridgens Dag.

Det bør også være rom for fleksibilitet, så man kan endre og tilpasse planen underveis. Del excel-arket, så alle involverte har tilgang til dokumentet hele tiden.

Informasjon om arbeidsoppgaver skal være så grundig at en ny person skal kunne komme inn og raskt sette seg inn i oppgaven og fortsette der den forrige slapp.

Før arrangementet

Målet med perioden fram til arrangementet er å få ønsket antall deltagere til å møte opp.

Vi vil gjerne ha med så mange som mulig, men kapasitet kan være en avgjørende faktor. Personlige invitasjoner er svært effektive, så gjør det så enkelt som mulig for medlemmer å invitere og ta med familie, venner og bekjente. Dette gjør vi gjennom å fortelle historien om bridge og om vår bridgeklubb. Da har potensielle gjester blitt "foret" med idéen om bridge, allerede før de blir invitert.

Selve kommunikasjonen behøver ikke være intens før i slutten av juli – men planleggingen skal i gang så tidlig som mulig, slik at det bare er å sette i gang når juli kommer..

Jeres medlemmer skal have informationen som første prioritet – så kan de begynde at påvirke deres omgivelser og netværk i samspil med jeres kommunikation. Og så kan de være klar på at deltage aktivt på selve dagen.

Internt

Nyhetsbrev

Bruk nyhetsbrev som kanal til å få ut både budskap og informasjon om arrangementet til medlemmene.

Men bruk MER ENN BARE nyhetsbrevet. Fordi mange leser det ikke grundig nok til å få med seg alt. Sørg for å kontakte medlemmer direkte og spør om deres deltagelse.

Personlige invitasjoner

Dette er det aller viktigste kortet dere har på hånden. Og det er dét vi skal bruke og foredle.

Eksternt

PR

Pressemeldinger med historier kan brukes allerede nå – de skal vise frem et positivt bilde av mennesker og historier fra bridgens verden og ikke i seg selv invitere til Bridgens Dag.

Flyers

Det bør deles ut flyers i lokalområdet. Sørg for tillatelse til å henge opp og legge ut på synlige områder, og pass på at medlemmer har flyers de selv kan dele ut.

Det fungerer bedre med personlige hilsener på flyers, hvis det er mulig.

Sosiale medier (Facebook o.l.)

Det er flott hvis medlemmer kan oppfordres til å bruke sine egne Facebooksider til å dele nyheter og oppdateringer om arrangementet, men dette må være hver enkelt sitt eget valg. De som vil, kan også dele annonser og pr-innsats, for å spre informasjon og skape oppmerksomhet. På denne måten øker dere enkelt antall mennesker som får vite om arrangementet og kan hjelpe til med spredingen av budskapet.

Vi har laget bilder som dere fritt kan bruke i innlegg på Facebook – dere finner dem på www.bridgensdag.no

Annonser

Hvis dere ønsker å bruke penger på annonser, er slutten på juli/starten av august best. Sørg for at holde budskapet ENKELT OG KORT og hold dere til å invitere til arrangementet.

Hjemmeside

Vi kan lede folk til hjemmesiden deres via www.bridgensdag.no.

Sørg allerede nå for å være klar til å ts imot nye og nysgjerrige. De skal kunne vite at de har kommet til riktig sted, hva de kan få ut av et medlemskap – og hva de skal gjøre for å delta på arrangementet deres

Bildene vi har laget til Facebook kan også brukes på hjemmesidene deres.

Under arrangementet

Vær hyggelig

Hyggelige mennesker selger "varen".

Jo flere roller som er fordelt, jo friere er hver enkelt deltager til å være imøtekommende og nærværende og vise sporten fra sin beste side.

Husk å bli enige om budskapet i deres klubb, så medlemmer ikke forteller vidt forskjellige ting. Det er lite hensiktsmessig om noe forteller om de ”3 S’er”, hvis andre i samme klubb forteller om de ”3 F’er”. Sørg for at alle er samstemte og stiller seg bak budskapet.

Vi anbefaler at dere organiserer dagen etter fire elementer

1. Velkomst

Sett rammen for dagen. Fortell de besøkende hva de kan forvente og hvem de kan henvende seg til. Ha hele tiden en person i døren/ved inngangen/godt synlig, som kan passe på at alle vet at de er kommet til riktig sted og at de føler seg velkommen.

2. Undervisning

Ett spill, som passer i tidsrammen og som viser bridge fra sin beste side.

Det handler om å underholde, ikke undervise. Bridge skal vises fra sin beste og morsomste side.

3. Glede og god stemning

Vi skal være imøtekommende og hyggelige. Vis dere fra deres beste side og fordel rollene ut i fra hva folk er best på/til.

- Det skal være noe for "tallnerdene" – vis frem Bridgemate.
- Det skal være noe for de sosialt anlagte – sørg for å vise hygge i fellesskap rundt kaffen og maten (eller annet dere velger å servere)
- Det skal være mulighet for å prøve å spille kort for alle som ønsker det.
- Det skal være noe å fordype seg i – vis frem bridgelitteratur til de mer introverte.

4. "Hand outs"/"Leave behinds" - Utdeling og innsamling

Til besøkende: Flyer: “Takk for at du kom”. Bruk den til å fortelle dem når de kan komme tilbake (f.eks. på kurs). Det ligger en mal under ”Verktøy for arrangement” på www.bridgensdag.no.

Til oss: FÅ KONTAKTINFORMASJONEN DERES. Det kan føles som grenseoverskridende – men det er veldig viktig at vi griper sjansen når vi har dem innenfor dørene. Vi trenger muligheten til å kunne kontakte dem igjen og holde på interessen deres.

Vi MÅ være aktive for å få dem tilbake.

Vi kan ikke regne med at de selv tar initiativet til et nytt besøk, så vi må selv ta aktive grep for å følge opp og vedlikeholde interessen/kontakten.

Lag et manus for dagen

Verktøyet her er: Manus for dagen.

Det er viktig med en spesifikk agenda for dagen, som viser alle hvem som har hvilke roller og som beskriver vesentlige punkter ved de ulike rollene. Hvis alle som skal være med å arrangere har en kopi av denne agendaen har alle også oversikten.

Iht. spill og ”faglig” innhold kan dere referere til NBFs guide.

Etter arrangementet

Det er i perioden etter arrangementet vi skal utnytte suksessen til arrangementet. Målet er hele tiden å rekruttere nye medlemmer – og det krever oppfølging. Det skal være fokus på at den siste delen av kommunikasjonen gjennomføres .

Hvis dere har fått presseomtale eller annen PR, gir det mening å sende ut en pressemelding for å fortelle om gjennomføringen av Bridgens Dag (husk gode bilder med smilende mennesker SOM HAR GITT TILLATELSE TIL BRUK - barn under 15 år må ha foreldres samtykke).

Hjemmeside

Husk å beskrive arrangementet på hjemmesiden deres. Her kan dere rose de frivillige, takke for fremmøte og vise bilder av arrangementet, hvis dere ønsker det.

Personlig kontakt

Bruk kontaktinformasjonen til å opprettholde kontakten med potensielle nye medlemmer.

Sørg for at det blir ringt til alle som besøkte dere, senest tre dager etter. Dere kan gjerne sende en SMS i forkant. Jo flere som deler denne oppgaven, jo færre skal den enkelte ringe til. Det kan være naturlig for de som hadde med seg noen å selv kontakte sine gjester.

Mailhenvendelser er kun en oppfølging av samtaler. Hvis vi kun sender dem en mail er dette for enkelt å overse/gå glipp av.

Evaluering!

Bridgens Dag er et rituale. Det skal bli mer og mer effektivt og suksessfullt med tiden.

Kunnskapen om å arrangere skal ikke bli i hodet på et fåtall – den skal skrives ned og overleveres fra år til år. Derfor er det viktig å gjøre en evaluering. Hva fungerte? Hva fungerte ikke? Jo mer detaljerte dere er, jo bedre for arrangørene neste gang.

Og til slutt

Ta vare på de som melder seg til å arrangere og gjennomføre Bridgens Dag. Gi dem offentlig anerkjennelse på hjemmeside, i nyhetsbrev, i PR mm. Gi dem eventuelt en oppmerksomhet som blomster eller et gavekort.

Anerkjenn og takk dem. Det har de fortjent!