

## Minnesanteckningar från Info/webbmastermötet 22-23 november i Borlänge 2008

**Närvarande:** Alla distrikt utom Södermanland, Kalmar och Kronoberg.

**Från personalen:** Maria, Johnny, Petra, Magnus, Babs och Jox.

Syftet med helgens möte är att motivera distrikten, informera om vad som är på gång samt planera en gemensam strategi och kampanj för nästa år. Det lyckades vi verkligen med.

### Genomgång av anteckningar från förra mötet

Vi gick igenom vad vi bestämde och diskuterade på mötet i februari 2008. Det som återstår att göra är grafisk profil, ta fram bilder, skapa fungerande gemensamma e-postadresser. Dessa punkter återkommer nedan. Alla protokoll från möten publiceras på webben när de är klara.

<http://www.svmc.se/templates/Page.aspx?id=3295>

### Grafisk profil

Maria berättade om varför vi har en gemensam grafisk profil för SMC och distrikten samt varför den ser ut som den gör. Problemen kring profilen diskuterades. Det handlar om problem vid import av typsnitt, att duplexbilderna blir för mörka när man kopierar i svart/vitt samt att viss färg på text inte syns på vit bakgrund. När man använder SMCs typsnitt ska dokument alltid sparas som pdf-filer för att kunna läsas av mottagaren. Orsaken är att våra typsnitt inte är standard i datorer. Den grafiska profilen ska omarbetas av Jox och Maria. Den befintliga grafiska profilen finns för utskrift här.

<http://www.svmc.se/upload/Grafisk%20profil%20over%20%200.pdf>

Alla som inte har mallar och liknande anmälde sig till Maria som skickar en CD-skiva. Flera efterlyste bättre och enklare mallar att använda i olika sammanhang.

### E-postadresser, SMC eNyhetsbrev och medlemsregister

Babs fick berätta om SMCs e-postadresser för distrikt. Ifjol försvann distriktens svmc.se-adresser. De nya medlem.svmc.se har inte fungerat. Därför har nu Babs tagit fram 300 adresser på en ny e-postserver. Adresserna slutar med: namn, [ordforande.stockholm@e-post.svmc.se](mailto:ordforande.stockholm@e-post.svmc.se)

De distrikt som har skapat egna nya adresser kommer att behålla dessa, t ex Skåne och Västmanland. Det finns möjlighet att ha ett antal per distrikt. Kontakta [babs@svmc.se](mailto:babs@svmc.se) för mer information och skapande av e-post. Det måste bara fungera!

Några distrikt vill ha medlemsregisteraccess. Babs berättar att hon kan skapa rapporter till alla som distrikten ska få med viss regelbundenhet. Däremot är inte systemet klart för att alla distrikt ska kunna få access. Basfunktionerna måste fungera först. Detsamma gäller möjligheten att själv kunna logga in som enskild medlem och göra ändringar i medlemsregistret.

En smart idé är att gå skicka ut nya medlemmar med deras e-post. Då kan distrikt skicka ut personliga hälsningsmeddelanden. I det perfekta SMC i framtiden ska alla nya medlemmar få ett hälsningsbrev med e-post från både SMC centralt och distriktet. Det är en enkel och jättebra sak för att kunna behålla våra befintliga medlemmar. SMC centralt ska göra en mall som distrikten kan använda för t ex inbjudan till kurser, julkort och liknande.

Som alla vet har SMC jagat e-post till klubbar, idag fattas 49 stycken. All kommunikation ska ske digitalt så snart det är möjligt inom SMC då det är möjligt. Alla klubbar sparas nu i ett digitalt register på SMC. Samtidigt som nya klubbar kommer till SMC skickar vi information till distriktet man tillhör för kontakt och publicering på webben. Alla klubbar förs in på rullistan på Bli medlem - [www.svmc.se](http://www.svmc.se)

Västra Götaland vill veta vilka sökfunktioner i medlemsregistret. Kan man till exempel hitta antalet under en viss ålder. Det finns mängder av sökmöjligheter, kontakta [babs@svmc.se](mailto:babs@svmc.se)

Vi diskuterade att den som inte har e-post inte kan anmäla sig på webben när man blir medlem. Johnny fixar detta. Vi diskuterar också problemet med dem som inte har e-post/Internet. Vi får aldrig enbart hänvisa till hemsida, utan att samtidigt hänvisa till SMCs kansli via telefon och ha pdf-filer för nedladdning med den information som finns på hemsidan. En idé för att få fler att skaffa och använda e-post är att skriva en artikel om detta i MC-Folket.

Alla fick se hur det går till att registrera en ny medlem via nätet. Det fungerar skitbra och ger oss många nya medlemmar. Klubbbar registrerar numera alla nya medlemmar via hemsidan, SMC skickar ut faktura till dem som vill bli klubbanslutna. Optimalt har alla distrikt datorer och kan ragga/ta betalt på plats när man är ute och informerar om SMC. Ett gemensamt erbjudande om inköp av små laptops diskuterades men skrinlades.

SMC eNyhetsbrev har skickats ut i november i tre versioner; till distrikten, till SMC-klubbar samt till svenska märkesklubbar. SMC eNyhetsbrev ersätter SMC Aktuellt som bara skickades till klubbar utan e-post. Så snart det är möjligt ska alla medlemmar informeras via SMC Nyhetsbrev. Dessutom ska mc-bransch, politiker och myndigheter få eNyhetsbrev från SMC. En stor fördel med eNyhetsbrev är att alla medlemmar som finns i en klubb kan få det via e-post, även om man inte är SMC-medlem. På sikt kan också alla distrikt skapa egna nyhetsbrev. Johnny tar fram mallar och information om hur dessa används. Babs kan fixa e-postadresser sorterade per distrikt.

### **Att skriva i MC-Folket & dela ut MC-Folket**

Nya deadlines för information till distriktens spalter är senarelagda så att de är senare än senaste numret av MC-Folket. Lägg fokus på vad som ska hända och inte det som redan varit. Skriv inte för internt. Magnus efterlyser mer reportage från klubbar och aktiviteter till "Klubb & Träff". Skicka text och bild.

MC-Folket ska åka runt och skriva om alla distrikt. Distrikten ska höra av sig när de har aktiviteter som kan locka och som är bra att pricka in reportagebesök på. Allt kommer inte att ske på en gång och samtidigt.

Redaktörerna i MC-Folket ska läggas till sändlistan för informatörer.

MC-Folket är ett utmärkt marknadsföringsmaterial. Magnus kollar om tryckeriet bekostar ett antal överex av ett nummer av MC-Folket för utdelning i distrikten. Varje distrikt ska undersöka och återkomma med hur många exemplar man behöver för utdelning under året. Trycker vi upp överex av en tidning blir det mycket billigare,

### **Medskick i marsnumret**

Allt fler distrikt skickar med sin tidning eller info-blad i det inplastade numret av MC-Folket med kalendern som ges ut i mars. Då är det lägre kostnad för distrikten att skicka med eget material, man slipper inplastningskostnad och eget porto till samtliga medlemmar. Den som vill ha material med kontakter Roffe Eliasson, [rolf@eliasson.se](mailto:rolf@eliasson.se) eller telefon: 090-980 30. Han lämnar pris och deadline. Vill man göra egna direktutskick tillhandahåller Babs adresser och antal medlemmar i respektive distrikt.

### **Trycksaker & posters**

En låda värvningsfoldrar delades ut. Det finns en låda kvar av den befintliga foldern. Trycksaker 2009 ska kopplas till kampanjen, se mer under Kampanjen. De trycksaker som finns på webben uppdateras årligen. Distrikten får gärna höra av sig om vad som behövs lokalt.

Posters finns att ladda ner på hemsida under Information och fakta. Alla kan höra av sig till [joachim@mc-folket.se](mailto:joachim@mc-folket.se) om det är något som fattas. En poster om SMC School där distrikten själva kan fylla i tid & plats för kurser efterlystes.

Alla distrikt uppmanas ladda ner och tapetsera Sverige med SMC-posters. Om alla hjälps åt kan vi täcka in en del i alla fall.

### **Värkning**

Provkörningskampanjen gick kanonbra och gav över 2 600 medlemmar. Om det blir en repris kommer distrikten att informeras i förväg.

SMC förhandlar med STR och ska diskutera möjligheten att få adresser till alla som tar körkort. Vi vill erbjuda alla nya körkortstagare ett medlemskap i SMC kostnadsfritt. När man tar körkort och när man köper motorcykel är de två främsta tillfällen för att bli medlem.

Alla trafikskolor inom STR med mc-utbildning och alla handlare anslutna till SMR får informationsmaterial från SMC varje år. Återförsäljning via handlare har upphört eftersom det gett för lite medlemmar. Att ta fram nytt material kostar för mycket. Det finns 50 demoställ kvar som kan beställas av SMCs kansli ut till distrikten.

## **SMC the movie**

En film är på gång om SMC. Den kommer att visa hela verksamheten; träffar, möten, kurser, årsmöte, fester och så vidare. Filmen ska vara klar till HOJX 20 mars och köras på hela båten. Den kommer också att innehålla delar om bara SMC School och SMC Travel.

## **SMC-prylar från Trycket**

Distriktens egen shop finns på: [www.shop2shop.nu](http://www.shop2shop.nu)

Login och lösenord är: SMC /SMC

Ela var en av dem som arbetade fram kollektionen. Trycket ska informeras om att färgerna inte är så hotta och att det finns för lite och små kläder för tjejer. Distrikten frågar om man får köpa ordinarie postordersortiment och sälja för att tjäna lite pengar. Tryckets nya kontaktperson för SMC heter Jesper Svensson, tel: 0250-135 25, mobil: 073-967 58 80, e-post: [jesper@trycketmora.se](mailto:jesper@trycketmora.se)

Jukka och Jox på SMCs kansli är kontaktpersoner för SMCs profilprodukter.

Det är önskvärt om alla distrikt köper egna profilprodukter som flaggor, rollups och liknande för marknadsföring. Tyvärr får vi inte tillbaka allt vi skickar ut och varje distrikt behöver material. Leif i Västernorrland söker sponsring till en kollektion och ska annars dela med grannarna i Jämtland. En fråga dök upp om näthandel. Kan man ångra ett köp av kurs eller medlemskap enligt Ångerlagen? Maria kollar med SMCs jurister.

## **HOJX och SMC Skidhelg**

Det är mycket färre anmälda till HOJX än föregående år. Vi behöver hjälp av alla distrikt att marknadsföra arrangemanget till klubbar, medlemmar och alla andra som behöver en kul helg i mars. HOJX är ett arrangemang där SMC bokar båten och betalar all underhållning och marknadsföring. Utan resenärer går det åt pipan ekonomiskt alltså.

Skidhelgen har redan fått fler bokade än vi hade totalt i våras. Det är kul och visar att det behövs SMC arrangemang vintertid för SMC-medlemmar.

## **Närvaro vid stora events**

Under sommaren har SMC centralt och MC-Folket varit ute på ett antal stora mc-events. SMC måste synas där motorcyklisterna finns. På flera ställen har SMC haft med sig projekthojen.

Målsättningen är densamma inför 2009, vi ska vara ute mer och stötta distrikten på de riktigt stora eventsen. Varje distrikt hör av sig till SMC eller så kontaktar vi er inför sommaren 2009!

## **Hur har Västernorrland gjort?**

Leif berättade om strategin som man arbetar utifrån i SMC Västernorrland. Verksamhetsinriktningen är klar och tydlig och finns på hemsidan:

<http://www.svmc.se/upload/Distrikt/Västernorrland/Dokument/meetings/Verksamhetsberättelser/Verksamhetsinriktning%202008-2009%20SMC%20Västernorrland.pdf>

Man arbetar för att ragga mer medlemmar, synas mer, ha kurser, skapa nätverk och mycket annat.

Man raggas sponsorer och är synnerligen aktiva. Vi har alla något att lära av arbetet i SMC

Västernorrland.

Mötesdeltagarna efterlyser mätbara mål från SMCs styrelse för vad vi egentligen ska uppnå i olika sammanhang.

## **Pressmeddelanden**

Att synas i media är viktigt. Allt kan göras till en nyhet berättade Petra, Carolina Klüft är till exempel populäraste mjölkbonden.... En kort introduktion till hur man skriver pressmeddelanden hölls. Tips och råd finns på [www.westander.se](http://www.westander.se) som ger ut PR-handboken varje år. Den kan laddas ner eller fås kostnadsfritt. All redaktionell text är gratis för SMC och distrikten.

SMC skickar pressmeddelanden till distrikten som pdf-filer. De kan göras om lokalt. I fortsättningen ska de också skickas som word-fil. Kom ihåg att klistra in texten i mailet samtidigt som du bifogar fil.

Ta gärna kontakt med journalisten innan du skickar mail. Personlig kontakt med media är optimalt.

## **Kampanjen "Se oss"**

Resten av helgen ägnades åt att kampanjplanering och kommunikationsstrategi för en kommande kampanj. Syftet med den är främst att rädda liv genom att göra bilister mer uppmärksamma och medvetna om motorcyklister och andra tvåhjuliga trafikanter. Dessutom syftar den till att synliggöra

SMC och ge fler medlemmar. Kampanjen ska genomsyras av positiva budskap och handlingar. Den ska genomföras i flera steg samtidigt i hela landet. Kampanjstrategin finns i ett internt dokument som publiceras på webben.

Vid tangentbordet  
Petra Holmlund & Maria Nordqvist