



Lokal valplan inför 2018

Valplanen utgår från den politiska plattformen och bygger på Liberalernas kommunikationsstrategi. Valplanen hjälper oss att bli ett tydligt alternativ för väljarna i valet 2018.

Planen utvecklas i tre steg

Steg 1	Nuläge, Mål, Strategi, Målgrupper	Klar våren 2017
Steg 2	Budskap, kanaler, bildspråk	Kommer hösten 2017
Steg 3	Fördjupning av Budskap, kanaler, bildspråk Texter, Personlig valplan	Kommer våren 2018

Valplanen bygger vidare på det arbete som tidigare gjorts i den politiska plattformen.

Arbetet med att ta fram planen är viktigt. Vi lär oss mycket under själva processen. Låt därför arbetet ta tid, och tänk igenom i vilka sammanhang ni ska arbeta med vilka delar. Ett sätt att komma igång kan vara att avsätta en heldag åt att hela föreningen ska komma igång, ett annat att starta en studiecirkel och träffas flera gånger under terminen. Man kan också ordna ett öppet medlemsmöte där alla arbetar under en kväll, och låter styrelsen ta arbetet vidare för att sedan presentera resultatet på ett nytt medlemsmöte. Det finns många sätt att ta fram en valplan – hitta det som passar er förening.

Gör så här:

1. Planera ett eller flera möten i föreningen. Ett tips är att anmäla arbetet som en studiecirkel i samarbete med Studieförbundet Vuxenskolan (SV).
2. Läs igenom Liberalernas kommunikationsstrategi före mötet.
3. Använd powerpoint "Skapa valplan" som stöd för mötesledning och samtal.
4. Använd resultatet från mötena för att fylla i detta dokument eller skapa ett eget.

Håll planen levande. Följ upp målen, påminn varandra och återvänd till planen. Lycka till!

Inledning

Skicka gärna ut kommunikationsplanen innan träffen så alla kunnat läsa igenom den. Hör av dig till din kontakt på SV, så att du kan få en digital närvarolista för träffarna.

Gå igenom vad en valplan är, dess olika utvecklingssteg och hur den hänger ihop med arbetet kring politisk plattform.

Ni kan starta arbetet med en inspirationsföreläsning om kommunikationsplanen. Riksdagsledamöter och mötesledare har tillgång till bilder och upplägg för en sådan föreläsning.

Det ni kommer fram till kan ni sammanställa i ett dokument som ni sedan använder i det praktiska arbetet inför valet 2018. Ett exempel/mall bifogas i slutet av detta dokument.

Mål

Använd Power Point bilderna kring varför man ska arbeta med mål och vad riksorganisationen fastställt för mål inför valet 2018.

DISKUTERA

Vad är ert mål inför valet 2018? Antal mandat	
Antal röster?	
Antal medlemmar?	

Nuläge

Läs igenom kapitlet om Tydlig liberalism i kommunikationsplanen. Gå igenom bilderna om nuläge, identitet, varumärke och styrkor och svagheter.

DISKUTERA

Hänger er lokala identitet ihop med den nationella? Hur?

Hur uppfattas Liberalerna i Xxxxx idag?

Beskriv kort den bild ni tror att andra har av Liberalerna lokalt.

Hur vill ni uppfattas?

Beskriv kort vilken bild ni vill att människor ska ha av Liberalerna lokalt. Välj tre ord

Vilka är era styrkor och hur kan ni bygga vidare på dem?

Beskriv era styrkor utifrån den bild människor har av er idag och hur organisationen fungerar. Hur kan ni bygga vidare på det som är bra? Finns det t ex kända företrädare eller engagerade medlemmar? Har Liberalerna gjort avtryck i en särskild fråga? Är Liberalerna särskilt starka i ett område eller i en målgrupp?

Vem / vilka är våra mest kända företrädare, och vad är deras styrkor? Finns det fler kända Liberaler än de främsta politikerna? Finns det engagerade Liberaler med andra nätverk?

Vilka är era konkurrenter respektive motståndare?

Vill ni arbeta mer genomgående med nulägesanalysen kan ni göra en SWOT analys (se faktablad).

Strategi

Strategier kan benämnas som vägval man gör för att nå de mål man satt upp.

Läs igenom sidorna om Tydlig liberalism i kommunikationsstrategin och vi ska bli fler kapitlet i verksamhetsplanen 2014-2018.

Gå igenom bilderna kring strategi och diskutera frågorna.

DISKUTERA

Vad gör ni för vägval för att nå era mål?	
Hur påverkar era konkurrenter och motståndare era vägval?	
Hur kan ni bli tydligare, utgå från den liberala grunden och svara på frågan varför?	
Hur kan ni arbeta för att bli fler medlemmar?	
Hur kan ni arbeta med medlemsvärvning och förnyelse i verksamheten? Belys er verksamhet utefter de fyra olika perspektiven som presenteras nedan i "fyra perspektiv på verksamheten".	

ÖVNING

Bygg egna "varför hus" i frågor som är aktuella på lokal nivå

Till er hjälp har ni Faktablad – varför hus

FYRA PERSPEKTIV PÅ VERKSAMHETEN

Vi ska bli fler, och fler medlemmar ska vilja vara kvar och engagera sig i vårt parti. Då behöver vi ha verksamhet som passar för olika människor. Några vill framför allt träffa andra och lära sig mer, andra vill vara med och utveckla politik eller arbeta politiskt själva och ställa upp i val.

Vad erbjuder vi den som vill lära sig mer och träffa likasinnade?

Sådant vi gör bra idag och ska fortsätta med:

Nya idéer:

Sådant vi ska sluta med:

Vad erbjuder vi den som vill bidra med kunskap och påverka Liberalernas politik?

Sådant vi gör bra idag och ska fortsätta med:

Nya idéer:

Sådant vi ska sluta med:

Vad erbjuder vi den som vill övertyga andra och driva kampanj?

Sådant vi gör bra idag och ska fortsätta med:

Nya idéer:

Sådant vi ska sluta med:

Vad erbjuder vi den som vill arbeta politiskt och ställa upp i val?

Sådant vi gör bra idag och ska fortsätta med:

Nya idéer:

Sådant vi ska sluta med:

Målgrupper

Målgrupper handlar om att definiera vilka våra väljare är och därmed välja vilka vi ska prioritera och vilka vi ska prioritera bort.

Läs mer i kommunikationsstrategin om våra väljare, deras värderingar och våra typväljare: "den trogna tänkaren", "den målmedvetna medborgaren" och "den självständiga fritänkaren".

Vad betyder det för Liberalerna lokalt? Vilka är våra målgrupper mer konkret?

Gå igenom bilderna kring målgrupper och diskutera frågorna.

DISKUTERA

Vilka är era målgrupper?	
Var finns de?	
I vilka sammanhang finns de?	
I vilka områden bor de? Gå igenom valresultat från tidigare val och analysera i vilka bostadsområden ni är starka/svaga	
Vad innebär det här för er i praktisk handling?	
Vad innebär det för prioriteringar i ert arbete? Vad ska ni prioritera och vad ska ni prioritera bort?	

Ett sätt att arbeta med prioriteringar är att skriva lappar. Be alla deltagare skriva tre lappar vad som ska prioriteras och lika många som lappar om vad ska prioriteras bort. Sortera lapparna i kluster så liknande förslag hänger ihop. Prioritera vad som är viktigast genom att be deltagarna dra tre streck vid de frågor de tycker är viktigast att prioritera och tre streck vad som är viktigast att prioritera bort.

Så fungerar kommunikation

95% av väljarna inte röstar på Liberalerna beror inte på att de hatar vår politik.

Det beror på att de överhuvudtaget inte har en uppfattning om oss.

Vi har varit för dåliga på kommunikation.

Det ska vi ändra på nu.

Gå igenom bilderna om hur kommunikation fungerar.

DISKUTERA

- Vad innebär det här för er i praktisk handling?

ÖVNING

- Skriv om en befintlig debattinsändare utefter verktygen och de fem tipsen för kommunikation
- Öva på att ha samtal
- Testa att berätta för varandra

Samtal är det absolut mest effektiva sättet att förmedla ett budskap. Vi ska föra samtal i vår personliga vardag med grannar, bekanta, arbetskamrater, men också när vi driver kampanj på gator och torg. Den traditionella kampanjen siktar på att skapa **många samtal**: Vi delar ut flygblad, söker upp väljare genom aktiviteter på stan, annonserar och är aktiva på sociala medier.

En annan typ av kampanj fokuserar på **långa samtal**. Då vänder vi oss mer specifikt till en grupp, och bjuder in till samtal om en särskild fråga. Det kan ske i form av studiebesök, luncher eller politiska homeparties. Så bygger vi relationer och skapar förtroende på lång sikt.

2017	Många samtal	Långa samtal
	Målgrupper	Målgrupper
	Var når vi dem	Var når vi dem
	Hur skapar vi många samtal? Idéer, kampanj, politiskt innehåll	Hur skapar vi många samtal? Idéer, kampanj, politiskt innehåll
	Mål: antal samtal	Mål: antal samtal
2018	Många samtal	Långa samtal
	Målgrupper	Målgrupper
	Var når vi dem	Var når vi dem

	Hur skapar vi många samtal? Idéer, kampanj, politiskt innehåll	Hur skapar vi många samtal? Idéer, kampanj, politiskt innehåll
	Mål: antal samtal	Mål: antal samtal

Lästips och underlag

I följande dokument kan du läsa mer och hitta fördjupade underlag.

- Powerpoint "Skapa valplan"
- Liberalernas kommunikationsstrategi
- Verktygslåda för att skapa (o)vanliga möten
- Politisk plattform (Politik i praktiken kapitel xx) Länk:
- Verksamhetsplan 2014-2018
- Faktablad

Faktablad – Mål

Man sätter mål för att påverka beteendet och motivationen hos de människor som ska åstadkomma att målet nås. På så sätt kan ledningen prioritera mellan olika mål och fördela resurserna och följa upp verksamheten. Med målstyrd verksamhet stärker man gemenskapen genom att alla drar åt samma håll. Genom målen förstår alla sin roll i en organisation och därmed upplever arbetet mer meningsfullt. Rätt mål kan öka motivationen genom den tillfredsställelse en måluppfyllelse ger.

HUR SÄTTER MAN MÅL?

För att mål ska få rätt funktion för en organisation måste de vara beskrivna på ett sätt så att man direkt kan koppla aktiviteterna till om mål uppfylls eller inte.

Några riktlinjer för hur mål ska vara beskrivna:

1. **MÅL SKA VARA KONKRETA.**
Ett mål måste vara tydligt och konkret formulerat, så är det lätt för alla som berörs att förstå och vara överens om vad målet innebär.
2. **MÅL SKA VARA REALISTISKA.**
Mål ska vara möjliga att uppnå med de resurser vi har att tillgå. Målen måste kräva en ansträngning och vara en utmaning att arbeta mot. Var och en måste förstå motivet till målet och vilken roll det spelar i organisationen.
3. **MÅL SKA VARA UTVÄRDERINGSBARA OCH GÅ ATT MÄTA.**
Det måste vara möjligt att avgöra om ett mål har uppnåtts eller ej. Det bör vara mål som är formulerade så att det direkt går att mäta.
4. **MÅL SKA VARA TIDSBESTÄMDA.**
När man formulerar mål måste man ange när det ska vara uppnått. Mål ska formuleras på både kort och lång sikt. De långsiktiga målen ska ange huvudriktningen. De långsiktiga målen måste alltid brytas ned till kortsiktiga mål (högst ett år).

MÅLSTYRNING KRÄVER UPPFÖLJNING

För att mål ska ha en styrande effekt krävs en kontinuerlig uppföljning. Varje person som arbetar för att nå mål ska få återkoppling, både positivt och negativt, om de gör rätt saker och om de gör saker rätt. En regelbunden utvärdering av måluppfyllelse är viktig. Organisationen utvärderar sina verksamhetsmål, grupper sina gemensamma mål och individer sina personliga mål.

Faktablad SWOT analys

SWOT med PEST

Faktablad – Varför hus

Bygg ert eget ”Varför hus” i olika frågor



Faktablad – mall Valplan