|  |
| --- |
| Arbetsplan ValplanInför arbetet med valplanen ska ni ha arbetet fram politik och lokalt handlingsprogram. I en del moment behövs en processledare. Med fördel kan denna bokas upp genom Studieförbundet Vuxenskolan.  |
| **Träff ett** Börja med att omvärldspana. | OmvärldsspanaEn bra omvärldsspaning bygger på att man utgår ifrån * vad vi som parti/förening behöver veta
* en konkret och tydligt formulerad fråga
* ett rimligt och greppbart tidsperspektiv
* ett framåtfokus.

Vad kan tänkas påverka människor hur de röstar i nästa val?Vilka hot och möjligheter står vårt parti inför kommande mandatperiod?På vilket sätt vill man vara medlem i morgondagens parti – hur vill man vara delaktig?*Steg 1*SpanaVar och en skriver ner sina spaningar (något man sett, upplevt eller känt av) på notislappar. En spaning per lapp. Det kan vara uppfattningar, skeenden, värderingar eller trender. Varje spaning formuleras som ett påstående som ska ha en riktning och gälla ett visst område. Sedan jämförs och grupperas de spaningar/ påståenden som är lika eller snarlika. Se exempel nedan.*Steg 2*Sortera och värdera I detta steg ska de identifierade ”spaningarna” bedömas utifrån två perspektiv: ”Hur viktigt är det?” och ”Hur säkra är vi?”. Alltså, dels hur avgörande, viktig och betydelsefull är spaningen för partiet/lokalföreningen inför valet, dels hur säker och övertygad man är om att spaningen existerar och verkligen gäller.Diagrammet (se sist i dokumentet) ritas upp på ett blädderblock.Post-it lapparna värderas utifrån perspektiven "Hur viktigt är det?" och "Hur säkra är vi?" och placeras i aktuell ruta i diagrammet. Kolla av så att ni inte hamnat i någon av de fyra "fallgroparna". Välj ut max tre av de ”spaningar” som hamnat uppe till höger i diagrammet och som ska bearbetas vidare i nästa steg.*Steg 3*Analysera hur detta påverkar er inför valarbetet med frågeställningarna:*Vad ska vi ta med i beaktande när vi planerar? Vilka hot kan vi undvika?Vilka möjligheter ska vi ta tillvara på?* *Steg 4* Dokumentera det ni kommit fram till i valdokumentationen. | Någon av er tar på er att vara processledare alternativt ta in en processledare från Studieförbundet Vuxenskolan till den här träffen. Förbered med post-it lappar.  |
| **Träff ett** Fortsätt med analys av utvärdering från valet 2014.  | Dela ut utvärderingen från valet 2014, alternativt visa med projektor. Vad var bra? Vad kan ni göra bättre? Börja med att deltagarna får reflektera enskilt och skriva minst en bra sak samt en sak att förbättra på post-it lappar.En ny lapp för varje bra/förbättra. Ha olika färger på post-it lapparna för bra respektive förbättra.Dokumentera i valdokumentationen. | Förbered med olika färger på post-it lappar.  |
| **Träff två**Syfte  | **Syfte** Syftet beskriver varförni ska arbeta fram en lokal valplan. Vad är motivet? Vad är nyttan ska den genomföras. Ett syfte beskrivs ofta som något övergripande, en inriktning och är inte alltid mätbart. Skriv upp på processplanen och i er valdokumentation.  |  |
| **Träff två**Mål | **Ett mål** ska alltid vara konkret. Vad ska resultatet bli med valplanen?Vad ska vi ha uppnått när valplanen är genomför?Mål ska vara SMART SpecifikaMätbaraAccepteradeRealistiska TidsattaEtt tips kan vara att jämföra med målen i riksorganisationens valplan och sätt därefter upp egna.Bra mål ska vara mätbara, så att man vet om man uppnått dem eller inte! Exempel på bra mål:Vi ska få minst x procent av rösterna i kommunvaletVi ska få x mandat i fullmäktigeVi ska ha genomfört samtal med x stycken väljareExempel på mindre bra mål:Vi ska väcka opinion för grön politikSkriv upp på processplanen och i er valdokumentation. |  |
| **Träff två**Valgrupp | **Valgruppen**Utse en valgrupp/ledning.Prata om vilket mandat gruppen har angående budgeten och valplanen samt om det är valgruppen som ska skriva en kommunikationsplan och när till exempel medlemmarna bör involveras. Skriv upp på processplanen och i er valdokumentation.Om en valgrupp redan är utsedd prata om förväntningar på varandra och arbetet – hur ska man ha möten, hur gör man med delegation – ska man ha ett AU som bestämmer själva. Har någon ekonomisk delegation etc. men även spelregler för gruppen.  |  |
| **Träff två** Budget | Sätt valbudgetFörslag på vilka budgetposter en valbudget kan innehålla:* Marknadsföring och annonser exempelvis inköp av annonser eller produktion av annonsmaterial.
* Inköp av kampanjmaterial affischer, foldrar.
* Utåtriktade aktiviteter, material som kan behövas för torgmöten.
* Inköp av utrustning exempelvis profilkläder och liknande som kan behövas för utåtriktade aktiviteter.
* Valstuga
* Valvaka (kanske en fest på valdagen?)
* Utbildningar/kongress (Utbildningar som ni kan behöva åka till eller delta på under valåret)
* Övrigt (avsätt en större summa för oförutsedda utgifter)

Skriv in er rambudget i processmaterialet.  | Lägg upp i Excelkalkylen i valdokumentationen.  |
| **Träff tre**Ta fram huvudbudskap | Formulera huvudbudskap Vad vill ni förmedla till andra? huvudbudskapet ska beröra och får gärna innehålla en uppmaning. Det ska vara en ledstjärna i all er kommunikation och stärka er vision. 1. **Förbered följande**: Fundera på vilket uppdrag er grupp har och vilka som behöver medverka i en arbetet kring huvudbudskap. Se över om ni tex ska se till att deltagare med olika roller, positioner i lokalföreningen eller med olika mandat behöver medverka. Titta på partiets valbudskap och snegla på det ni fått fram i er Omvärldsspaning från första träffen.
2. Gå igenom dokumenten tillsammans så att alla utgår från samma plattform.
3. Ni gör nu en konsensusövning som ska vaska fram ett (eller max tre) huvudbudskap som ni ska använda i er externa kommunikation.
4. Alla tar ett gäng post-it lappar. Låt var och en för sig själva brainstorma fram ett eller flera förslag till huvudbudskap under några minuter. Släpp prestationen, i det här läget behöver formuleringen inte vara perfekta eller färdiga. Skriver ner ett budskap per lapp.
5. Gå ihop två och två. Jämför och diskutera era förslag på huvudbudskap. Varje grupp ska enas om en formulering som båda är nöjda med och som de vill driva vidare i processens nästa steg. Ni kan använda den enas förslag eller omformulera tillsammans. Ett budskap per duo skrivs ner på en lapp.
6. Är ni många så fortsätt processen med 4 och 4 som enas om ett eller två huvudbudskap osv tills ni sitter hela gruppen tillsammans. När ni är samlade i helgrupp enas ni om ett huvudbudskap. (Här finns möjlighet att enas om fler, men mer än tre är inte att rekommendera, då börjar ni troligtvis komma in på nischade underbudskap riktade till vissa specifika grupper.)
7. Om ni inte kan enas genom diskussion eller om ni vill säkerställa att allas röst kommer till tals, kan ni rösta fram huvudbudskapen genom att alla deltagare får tex tre klisterpluppar eller streck med pennan att fördela på den eller de budskap de föredrar. Räkna sedan ihop rösterna och välj det eller dem budskap som fått flest röster.
8. Skriv ner ert/era huvudbudskap i Valplanen och fortsätt med processen.

**Tips!** Den här övningen kräver tid, ca 1-3h beroende på hur många ni är och hur detaljerat ni vill putsa på formuleringen. Om ni tar er tiden kan ni glädjas över ett huvudbudskap som demokratiskt processats fram och som gruppen kommer känna sig delaktiga i. **Tips!** Under ert huvudbudskap kan ni sedan formulera nischade budskap som är anpassade efter era målgrupper och kanaler.  | Tänk igenom innan vilka som bör medverka när vi arbetar fram huvudbudskapen. Förbered med post-it lappar.  |
| **Träff tre** Lokala målgrupper  | Hitta era lokala målgrupperUtgå framför allt efter er nationella målgrupps analys men ni kan också titta på vilka era lokala målgrupper är. Att hitta rätt målgrupp beror oftast på vad det är som ska marknadsföras. I det här läget, er politik och era politiker. Ett sätt att hitta dessa är att först göra en ”prototyp” utav den målgrupp en söker. Alltså hur lever era potentiella väljare sina liv, var bor de, hobbys osv. Ni kan vara så kreativa att ni skissar upp personen eller googlar upp en bild som passar, döper väljaren och bestämmer var hen bor, jobbar och rör sig på sin fritid. Detta underlättar när ni ska dela ut material eller välja publika arrangemang att delta i. Ni gör en ”prototyp” för varje målgrupp, alltså både kärnväljare och nya väljare. Tänk på att lättast ett hitta nya potentiella väljare är de som redan ligger nära era frågor.  |  |
| **Träff tre**Var bor målgrupperna | Var bor era målgrupper?Analysera detta utifrån www.val.se och resultatet från valen 2010 och 2014. Vilka argument har ni för era prioriteringar?Dokumentera dessa för att komma ihåg hur ni tänkte till utvärdering och inför nästa val.  | Ha tillgång till internet eller skriv ut detta innan träffen.  |
| **Träff tre**Utåtriktade aktiviteter | Var träffar ni era målgrupper?Var rör sig era målgrupper? Hur når ni dem med utåtriktade aktiviteter? Brainstorma genom att skriva aktiviteter på post-it lappar, en per lapp. Sätt upp alla lappar synligt och presentera era idéer. Rösta sedan fram till vilka aktiviteter ni ska göra genom att alla får sätta 3 streck/ lapp. De aktivister med flest streck planeras in samt sätt budget för dessa.  | Förbered med olika färger på post-it lappar.  |
| **Träff fyra** | Arbeta fram er kommunikationsplanHur och var ska era huvudbudskap synas?HuvudbudskapVad och vart vill ni få ut era huvudbudskap?MålgruppAnge vilka är de ni ska nå med kommunikationen. KommunikationskanalerLista ner vilka kanaler ni ska använda för att nå det kommunikativa målet. Valet av målgrupper avgör oftast vilka kanaler du ska använda alternativt prioritera.TidpunktNär ska göras vad? AnsvarigVem gör vad?Viktigt för att det inte ska glömmas bort.  |  |
| **Träff fyra** Sociala medier | Budskap i sociala medier och WebbsidaVilka kanaler vill ni använda? Var finns era väljare? Var känner ni er mest säkra?Välj en eller alla kanalerna utifrån era förutsättningar.Tydliggör ansvar, budskap och målgrupp för respektive kanal utifrån huvudbudskapet.Titta igenom er krisplan så att ni har en plan för hur ni ska göra om tillexempel mediedrevet går.  | Finns det någon utanför föreningen som kan användas för kommunikation på sociala medier och webbsida? Ta i så fall med denna vid den här planeringen.  |
| **Träff fyra**Planera valstart | Hur startar ni valarbetet? Bjuda in medlemmarna på en valstart där alla får information om hur den lokala valrörelsen kommer att se ut och att alla medlemmar behövs.Var, när och vem är ansvarig?  |  |
| **Träff fyra** Utvärdering | Planera för utvärderingFör att ha bästa utgångsläge inför valet 2022 bör ni göra utvärdering av ert valarbete. Mallar för detta kommer att finnas på www.sv.se/miljopartiet efter valet. |  |
| **Träff fem**Tidplan  | Tidplan inför valet 2018Planer in aktiviteter fram till valet.Exempel på aktiviteter:KandidatanmälanListsättningListorna klaraKommunprogramValgruppValplanKommunikationsplanUtåtriktade aktiviteterBeställa kampanjmaterial **Tips!**Närmare valet kan ni sedan göra en liknade planering som är mer detaljerar vecka för vecka.  |  |
| **Träff fem**Boka in utvärdering | Boka in utvärdering av valarbetetBoka in redan nu när utvärdering av valarbetet ska ske. Mallar för detta kommer att finnas efter valet på [www.sv.se/miljopartiet](http://www.sv.se/miljopartiet).  |  |

|  |  |
| --- | --- |
|  | Sortera och värdera-diagram till Omvärldsspaningen i träff ett. |
|  Hur viktigt är det? | Mycket |  |  |  |  |
| Till stor del |  |  |  |  |
| Till viss del |  |  |  |  |
| Så där |  |  |  |  |
|  | Tveksam | Jodå | Så gott som | Absolut |
|  | Hur säkra är vi? |