

## Markedsføringsplan NBF MT

### Målsetting

Kretsen har følgende målsetting for markedsføringen i perioden 2013 – 2017:

1. Vi skal øke medlemstallet med 10 medlemmer hvert år
2. Vi skal arbeide for å bedre bridgens image
3. Vi skal arbeide for å skape blest rundt bridge
4. Vi skal øke deltagelse i turneringer
5. Vi skal arbeide for å skaffe sponsorer til bridgen

### Virkemidler

1. Arrangere kurs
  - KRU (Kretsens rekrutteringsutvalg) lager opplegg før sommeren med tidspunkt, lærere, lokaler osv.
  - Markedsføring starter minst 4 uker før kurset begynner – annonser, oppslag, distribuere skriv i postkasser.
2. Image-bygging
  - Arbeide for å fremme bridgens verdier:
    - Bridgeforbundets kjerneverdier: Trivsel, likeverd, fellesskap og ærlighet.
    - Bridge er for alle aldersgrupper
    - Bridge er for alle typer mennesker
    - Bridge bygger sosiale nettverk
    - Bridge holder hjernen i form
    - Bridge er kult
  - Hvordan markedsføre et godt image?
    - Vise fram gode forbilder
3. Lage god PR  
Hvilke muligheter finnes?
  - Ta kontakt med næringslivet
  - Mer omtale i presse og på nett
  - Facebook , info om spill-muligheter osv.
  - Offentlig spilling, for eksempel under «Martna´n»
  - Skoler og kommunale fritidsklubber. Kartlegge skoler som har aktiviteter med kortspill og bygge videre på dem.
  - Kontakte minst seks bedrifter og få til presentasjon/kurs hos minst en bedrift pr. år.
  - Brosjyre om sommerbridge tilgjengelig for besøkende i Trondheim
  - Dele ut brosjyrer i nabolag
4. Deltagelse i turneringer
  - Bedre intern markedsføring
5. Sponsorarbeid

### Ansvar

Kretsstyret skal fordele og delegere relevante oppgaver fra handlingsplanen.

### Oppfølging

Kretsstyret skal følge opp de oppgavene som blir fordelt minst to ganger pr. år.