



MUFFIN

MESTRING AV DEN UNDERVURDERTE PENGEINNSAM- LINGEN ØKONOMISK KOMPETANSE FOR IDRETTSUTØVERE



1. MODULBESKRIVELSE

Denne modulen er utformet som en del av MUFFIN-prosjektet, som tar sikte på å utstyre idrettsfolk med kunnskap og ferdigheter for effektiv pengeinnsamling. Den introduserer grunnleggende konsepter for pengeinnsamling, spesielt skreddersydd for sportssektoren. Deltakerne vil lære hvordan de kan utnytte ulike finansieringsmuligheter for å forbedre den økonomiske bærekraften til deres idrettsorganisasjoner og legge til rette for sosial inkludering.

2. LÆRINGSMÅL

Ved slutten av denne modulen vil deltakerne:

- Forstå viktigheten av pengeinnsamling for å nå målene for MUFFIN-prosjektet.
- Være kjent med ulike finansieringsmuligheter tilgjengelig i idrettssektoren.
- Utvikle grunnleggende ferdigheter for å lage effektive pengeinnsamlingsstrategier.
- Forstå hvordan forbedret pengeinnsamling kan lette sosial inkludering og organisasjonsmessig bærekraft.

3. VARIGHET

Total arbeidsmengde er ca 50 min. gjelder også:

- 18 minutter for å se videoer
- 20 minutter for å utforske nødvendig lesestoff
- 10 minutter til øvelser

4. MODULINNHold

Skript for introduksjonsvideo:

“Velkommen til introduksjonen til prosjektet MUFFIN som vil lære deg om vellykket pengeinnsamling for profesjonelle idrettsutøvere! I en sektor der lidenskapen er dyp, hvordan kan vi gi drivkraft til klubbene våre på en bærekraftig måte? Denne modulen er startlinjen din. Som profesjonelle idrettsutøvere er ikke pengeinnsamling bare om å sikre ressurser – det er et skritt mot sosial inkludering, å øke organisasjonens økonomiske kapasitet og bygge en varig arv i sport-sverdenen. Her vil vi utforske finansieringsmuligheter skreddersydd for dine behov og kontekst. Klar til å endre spillet? La oss begynne!”

Manus til forelesningsvideo:

“Innsamling, i sammenheng med MUFFIN-prosjektet, har en transformativ kraft. Den fungerer som en bro, ikke bare til finansiell stabilitet for idrettsorganisasjoner, men også mot å oppnå bredere sosiale mål, som inkludering og samfunnsengasjement.

La oss først diskutere hvorfor pengeinnsamling er et sentralt element i prosjektet vårt. Idrett har den unike evnen til å forene samfunn. Ved å forbedre din økonomistyring og innsamlingskompetanse, gir vi deg mulighet til å spille en sentral rolle i initiativer for sosial inkludering. Dette betyr at hver krone du samler inn direkte eller indirekte kan gjøre sport mer tilgjengelig for alle.

Nå, hvor kan vi finne disse midlene? Sportsverdenen er moden med muligheter, alt fra tilskudd til sponing, og fra samfunnsinnsamlingsarrangementer til digitale crowdfunding-kampanjer. Å vite hvilken type finansiering du skal søke er en kunst i seg selv, formet av organisasjonens mål, størrelse og fellesskap.

Deretter skal vi snakke om strategi og kommunikasjon. Vellykket pengeinnsamling innebærer mer enn bare å be om støtte; det handler om å lage en overbevisende fortelling, få kontakt med potensielle givere følelsesmessig, og vise dem den positive effekten deres bidrag vil gi. For profesjonelle idrettsutøvere kan dette bety å vise frem talentet og potensialet til utøverne dine, eller helse- og samfunnsfordelene organisasjonen din gir.

Husk at midlene ikke er en slutt – de vil legge til rette for sosial inkludering og vil styrke organisasjonens økonomiske kapasitet ved å etablere en sikker og bærekraftig fremtid for dine sportsaktiviteter.

Avslutningsvis er pengeinnsamling ikke bare en transaksjon. Det er et strategisk trekk mot en mer inkluderende, bærekraftig og virkningsfull sportsverden.”

Eksterne avlesninger:

Styrking av økonomiske solidaritetsmekanismer innen idretten

<https://ec.europa.eu/assets/eac/sport/library/documents/xg-fin-201211-deliverable.pdf>

Ideer til innsamling av fotball

<https://www.gofundme.com/en-gb/c/fundraising-ideas/football>

Den økonomiske betydningen av amatør fotball

[https://fis.dshs-koeln.de/portal/en/publications/the-economic-importance-of-amateur-football\(27f23343-c281-4605-85a9-277612be-2f0a\).html](https://fis.dshs-koeln.de/portal/en/publications/the-economic-importance-of-amateur-football(27f23343-c281-4605-85a9-277612be-2f0a).html)

Analysen av finansiering av amatør idrettsklubber: et europeisk perspektiv

<https://www.athensjournals.gr/sports/2017-4-1-1-Barget.pdf>

Eksterne videoer:

En samtale om friidrettsinnsamling med Al Checcio og Pat Haden (Univ. of Southern California)

<https://www.youtube.com/watch?v=kYQCERusQIQ>

Seth Godin om vellykket pengeinnsamling

<https://www.youtube.com/watch?v=Qsnap5Oh8S8>

Sjekk kunnskapen din:

Vennligst svar på spørsmålene knyttet til innholdet i modulen.

1. Hvorfor er pengeinnsamling viktig?

- a) Det gir mulighet for ekstravagante begivenheter
- b) Det er en nøkkel til sosial inkludering og finansiell stabilitet
- c) Det er et lovkrav
- d) Ingen av de ovennevnte

Svar: b

2. Hva er IKKE en vanlig finansieringskilde for idrettsorganisasjoner?

- a) Sponsorater
- b) Fellesarrangementer
- c) Aksjemarkedsinvesteringer
- d) Grants

Svar: c

3. Hva er et avgjørende aspekt ved vellykket pengeinnsamlingskommunikasjon?

- a) Lage en overbevisende fortelling
- b) Gjør størst mulig forespørsel
- c) Bruk så mye teknisk sjargong som mulig
- d) Unngå interaksjon med givere etter at de har gitt

Svar: a

4. Hvordan kan pengeinnsamling bidra til sosial inkludering i idretten?

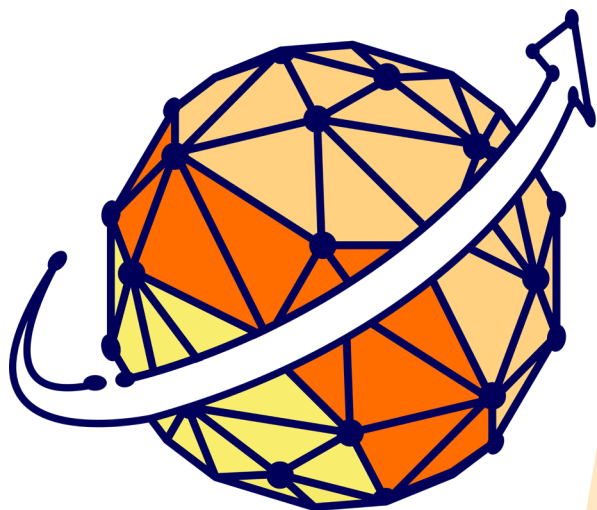
- a) Ved å gjøre sportsprogrammer mer økonomisk tilgjengelige
- b) Ved å bygge flere stadioner
- c) Ved å betale høyere lønn til trenere
- d) Ingen av de ovennevnte

Svar: a

5. Hva er et av de endelige målene gjennom vellykket pengeinnsamling?

- a) Å være vertskap for ekstravagante sportsbegivenheter
- b) Å etablere en sikker og bærekraftig fremtid for sportsprogrammer
- c) For å gjøre idrettsproffer rikere
- d) Ingen av de ovennevnte

Svar: b



MUFFIN

MESTRING AV DEN UNDERVURDERTE PENGEINNSAM- LINGEN ØKONOMISK KOMPETANSE FOR IDRETTSUTØVERE



FURIM
INSTITUTE



ΕΣΔΤ
ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΣΩΜΑΤΕΙΟ
ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΡΙΑΘΛΟΥ



1. MODULBESKRIVELSE

Denne modulen gir idrettsutøvere og organisasjoner teknikker for effektiv pengeinnsamling, inkludert strategier for å bygge relasjoner med sponsorer og givere, søke om tilskudd, arrangere fellesskapsarrangementer og bruke nettbaserte plattformer.

2.LÆRINGSMÅL

Ved slutten av denne modulen vil idrettsutøvere og organisasjoner kunne:

- Forstå viktigheten av å diversifisere finansieringskildene.
- Identifiser potensielle sponsorer og givere.
- Utvikle og implementere en omfattende innsamlingsstrategi.
- Bruk nettbaserte plattformer for pengeinnsamling.
- Øk synligheten og bevisstheten om deres organisasjon i samfunnet

3.VARIGHET

- The duration of this module is 2 hours.

4. MODULINNHold

Skript for introduksjonsvideo:

“Velkommen til vår modul om teknikker for effektiv pengeinnsamling for profesjonelle idrettsutøvere og organisasjoner. I denne modulen vil vi utforske ulike strategier for å skaffe midler, inkludert å bygge relasjoner med sponsorer og givere, søke om tilskudd, arrangere fellesskapsarrangementer og bruke nettbaserte plattformer. Ved slutten av denne modulen vil du ha en bedre forståelse av hvordan du kan diversifisere finansieringskildene dine og øke synlighet og bevissthet om organisasjonen din i samfunnet. La oss komme i gang.”

Manus til forelesningsvideo :

“Som idrettsutøver eller organisasjon er det viktig å ha en diversifisert finansieringsbase. Dette betyr at du ikke bør stole på bare én finansieringskilde, for eksempel offentlige tilskudd eller bedriftssponsing. I stedet bør du ha en blanding av finansieringskilder, inkludert individuelle givere, stiftelser, selskaper og offentlige tilskudd.

En av de mest effektive måtene å samle inn penger på er gjennom sponning. Å bygge relasjoner med bedrifter og selskaper kan bidra til å sikre sponsoravtaler som ikke bare gir finansiering, men også synlighet for organisasjonen din. Det er viktig å undersøke potensielle sponsorer for å identifisere de som stemmer overens med organisasjonens verdier og oppdrag.

En annen effektiv måte å skaffe penger på er gjennom tilskudd. Offentlige etater, stiftelser og andre organisasjoner gir midler til spesifikke prosjekter eller programmer. Det er viktig å undersøke potensielle tilskuddsmuligheter og skreddersy søknaden din slik at den samsvarer med kravene til tilskuddet.

Å være vertskap for fellesskapsarrangementer som veldedighetsauksjoner, gallaer eller walkathons kan være en morsom og engasjerende måte å samle inn penger på og øke synligheten og bevisstheten om organisasjonen din i samfunnet.

Nettbasert pengeinnsamling er også en fin måte å samle inn penger på og nå et bredere publikum. Å bruke plattformer som donasjonsider, peer-to-peer-innsamling og crowdfunding kan gjøre det mer praktisk å gi.

Det er viktig å huske at effektiv pengeinnsamling innebærer å bruke en kombinasjon av strategier og taktikker som passer den spesifikke konteksten og målgruppen. Kontinuerlig evaluering av resultatene og justering av tilnærmingen etter behov kan bidra til å forbedre effektiviteten til innsamlingsarbeidet.

Eksterne avlesninger:

- Hvordan få sponsorer til et arrangement av JOE GARECHT
- [The Ultimate Guide to Grant Writing by Lori L. Jacobwith](#)
- [The Crowdfunding Bible: How to Raise Money for Any Startup, Video Game or Project by Scott Steinberg](#)

[How to Secure Sponsorships for Your Nonprofit](#)
[Grant Writing 101: How to Write a Winning Grant Proposal](#)
[Crowdfunding Tips and Tricks](#)

Eksterne videoer:

Alt det eksterne materialet er i tråd med de overordnede og spesifikke målene til MUFFIN-prosjektet som er å forbedre ferdighetene og kompetansen til idrettsutøvere innen økonomi, øke inntekter og økonomisk bærekraft til idrettsorganisasjoner og legge til rette for sosial inkludering ved å forbedre den økonomiske kapasiteten.

Sjekk kunnskapen din:

Spørreskjema:

Hva er den viktigste faktoren for effektiv pengeinnsamling?

- a) Å ha et klart og overbevisende budskap
- b) Sette klare og realistiske mål og mål
- c) Bygge sterke relasjoner med givere
- d) Alt det ovennevnte

Hva er én måte å diversifisere finansieringskildene for idrettsorganisasjoner?

- a) Søke om statlige tilskudd
- b) Bygge relasjoner med bedrifter og selskaper for sponning
- c) Arrangere fellesskapsarrangementer
- d) Alt det ovennevnte

Hva er én måte å øke synlighet og bevissthet om en idrettsorganisasjon i samfunnet?

- a) Arrangere fellesskapsarrangementer
- b) Bruk av nettbaserte plattformer for pengeinnsamling
- c) Bygge relasjoner med lokale myndigheter
- d) Alt det ovennevnte

Hvordan kan du sørge for at pengeinnsamlingen din er effektiv?

- a) Kontinuerlig evaluering av resultatene og justering av tilnærmingen etter behov
- b) Å stole på bare én finansieringskilde
- c) Ikke bygge sterke relasjoner med givere
- d) Å ignorere tilbakemeldingene fra interessentene

Hvordan kan du øke inntektene og den økonomiske bærekraften til en idrettsorganisasjon?

- a) Forbedre ferdighetene og kompetansen for økonomistyring til profesjonelle idrettsutøvere
- b) Ikke diversifisere finansieringskilder
- c) Ikke tatt hensyn til den spesifikke konteksten og målgruppen
- d) Alt det ovennevnte



MUFFIN

MESTRING AV DEN UNDERVURDERTE PENGEINNSAM- LINGEN ØKONOMISK KOMPETANSE FOR IDRETTSUTØVERE



1. MODULBESKRIVELSE

Denne modulen er bygget for å fremme utviklingen og veksten av pengeinnsamlingsidrettsutøvere , for å fremme høy etisk oppførsel i pengeinnsamlingsyrket og for å bevare og styrke filantropi og frivillighet. I denne modulen vil vi understreke aspektene ved de viktigste etiske reglene i pengeinnsamling .

2.LÆRINGSMÅL

På slutten av denne modulen vil idrettsutøvere kunne:

- demonstrere deres forpliktelse til etisk praksis ved å være transparente angående finansiell informasjon og pengeinnsamlingspraksis.
- diskutere hva pengeinnsamling er og hvorfor det er viktig for samfunnet.
- diskutere hvilken praksis som IKKE anses som etisk.
- diskutere hvorfor pengeinnsamling er viktig for idrettsutøvere.
- diskutere rollen til idrettsutøvernes image i pengeinnsamling

3.VARIGHET

Total arbeidsmengde er ca. 2 timer inkludert:

- 30 minutter for å se videoer
- 60 minutter for å utforske nødvendig lesestoff
- 30 minutter til øvelser

4. MODULINNHOLD

Videoskript for intro:

Hei! Velkommen til modul 3.

I denne modulen skal vi sammen finne ut hva som er hovedaspektene ved etikken i pengeinnsamling. Du vil finne ut mer om praksis for økonomisk åpenhet, offentlig tillit, åpenhet og interessekonflikter, oppfordring til og forvaltning av filantropiske midler. Du vil også lære om behandling av konfidensiell og proprietær informasjon og hvordan du administrerer kompensasjon, bonuser og finneravgifter. På den andre siden vil vi finne ut hva som er annen etisk pengeinnsamlingspraksis, og hvilken praksis som IKKE anses som etisk og hvordan man kan håndtere forholdet med ansvarlighet til givere og givernes hensikt. De vil bli veiledet til omfavne visse verdier som de streber etter å opprettholde når de utfører sitt ansvar for å generere filantropisk støtte.

Videoskript til forelesning:

De siste årene har pengeinnsamling blitt ganske sofistikert. Teknologien har utviklet seg slik at det er mye mindre ansikt-til-ansikt kontakt med givere. Pengeinnsamling har blitt et yrke, med legitimasjon, opplæring, universitetskurs og spesialisert programvare som gjør oppfordringen mer effektiv. Etiske koder har blitt fremmet som tar for seg mange av problemene som er knyttet til pengeinnsamling.

De siste årene har pengeinnsamling blitt ganske sofistikert. Teknologien har utviklet seg slik at det er mye mindre ansikt-til-ansikt kontakt med givere. Pengeinnsamling har blitt et yrke, med legitimasjon, opplæring, universitetskurs og spesialisert programvare som gjør oppfordringen mer effektiv. Etske koder har blitt fremmet som tar for seg mange av problemene som er knyttet til pengeinnsamling.

Innsamlingsaksjoner bør følge alle lover, regler og forskrifter .

Den føderale regjeringen har lover som gjelder for avsløring av pengeinnsamling, begrunnelse og journalføring. Organisasjoner bør lære opp pengeinnsamlingspersonalet til å kjenne til og overholde disse lovene, og være nøye med å insistere på at overtredere vil bli underlagt disiplin, selv om intensjonen med innsamlingen var en god tro innsats for å være til fordel for organisasjonen.

Personvern og konfidensialitet må beskyttes. Organisasjoner må beskytte identiteten til givere som gir en gave på betingelse av at de forblir anonyme.

Organisasjoner bør omhyggelig respektere gavebegrensninger til givere .

Fra organisasjonens perspektiv kan det være helt fornuftig at det er en viss fleksibilitet i hvordan en givers gave brukes, selv om det ikke er helt i samsvar med det uttalte formålet med gaven.

Organisasjoner må være transparente i å avsløre kostnader som er relatert til deres innsamling.

De bør på forespørsel gi potensielle givere et estimat i god tro av donasjonsbeløpet som betaler for pengeinnsamling.

Givere skal ikke ha en upassende innflytelse eller motta upassende fordeler fra organisasjonen i bytte for deres donasjoner .

Prinsippet bak å kvalifisere for skattefritak for donasjoner er at givere gir en vederlagsfri donasjon, og ikke mottar noe av materiell verdi i bytte for donasjonen.

Organisasjoner bør motstå unødig påvirkning fra givere over organisasjonens programmer og aktiviteter .

Det er ikke uvanlig at store givere prøver å spille en rolle i å påvirke programmer de finansierer. Organisasjoner bør gjøre det klart at givere har begrensninger på deres evne til å kontrollere organisasjonens retningslinjer og programmer

Innsamlingsaksjoner bør ha klare grenser mellom seg selv og givere . Det er ikke uvanlig at personlige vennskap utvikles mellom gaveansvarlige og givere.

Offentlig tillit, åpenhet og interessekonflikter

Personalet skal ikke være engasjert i aktiviteter som skader medlemmenes organisasjoner, klienter. Også i aktiviteter som er i konflikt med deres tillitsforhold, etiske og juridiske forpliktelser overfor deres organisasjoner, klienter eller profesjon.

Oppfordring og forvaltning av filantropiske midler

Personalet må sørge for at alt oppfordrings- og kommunikasjonsmateriell er nøyaktig og korrekt gjenspeiler organisasjonens oppdrag og bruk av innhentede midler. Et annet aspekt er at givere får informert, nøyaktig og etisk råd om verdi og skattemessige implikasjoner av bidrag.

Selskapet skal sørge for at bidrag brukes i samsvar med givernes intensjoner.

Behandling av konfidensiell og proprietær informasjon

Du har ikke avslørt privilegert eller konfidensiell informasjon til uautoriserte parter og også for å overholde prinsippet om at all donor- og prospektinformasjon opprettet av, eller på vegne av, en organisasjon eller en klient er den organisasjonens eller klientens eiendom.

Kompensasjon, bonuser og finnerhonorar

Du kan ikke akseptere kompensasjon eller inngå en kontrakt som er basert på en prosentandel av bidrag; idrettsutøvere skal heller ikke akseptere finnerhonorarer eller kontingentgebyrer.

Eksterne avlesninger:

<https://afpglobal.org/ethicsmain/code-ethical-standards>

<https://www.councilofnonprofits.org/tools-resources/ethical-fundraising>

<https://www.socialworker.com/nonprofit/ethics/ethics-in-fundraising-book-excerpt/>

<https://www.cfre.org/about/cfre/ethics-and-accountability/international-statement-of-ethical-principles-in-fundraising/>

Eksterne videoer:

https://www.youtube.com/results?search_query=ethics+of+fundraising

https://www.youtube.com/watch?v=Arzxb_zlN-c

Sjekk kunnskapen din:

Oppgave 1: Svar på spørsmålene knyttet til innholdet i modulen.

1- I etikk for pengeinnsamling vil vi finne aspekter knyttet til beskyttelse av konfidensialitet og personvern?

1. a) Ja
2. b) Nei

2- Når vi snakker om etiske regler i pengeinnsamling, hvilke aspekter understreker vi

1. a) Aspekter knyttet til lovene
2. b) Offentlig tillit og åpenhet
3. c) Motta upassende fordeler
4. d) Lønn

3- Det er viktig å lære om hvilke praksiser som IKKE anses som etiske i pengeinnsamling ?

1. a) Ja
2. b) Nei

4- Hva må vi vite når vi snakker om kompensasjoner og bonuser?

1. a) spørsmål om å akseptere erstatning
2. b) spørsmål om en kontrakt som er basert på en prosentandel av bidrag
3. c) problemer med å akseptere finnerhonorarer
4. d) spørsmål om konfidensialitet til giveren

5- Bedriften skal sørge for at bidrag brukes i samsvar med givernes intensjoner?

1. a) Ja
2. b) Nei



MUFFIN

MESTRING AV DEN UNDERVURDERTE PENGEINNSAM- LINGEN ØKONOMISK KOMPETANSE FOR IDRETTSUTØVERE



FURIM
INSTITUTE



ΕΣΔΤ
ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΣΩΜΑΤΕΙΟ
ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΡΙΑΘΛΟΥ



1. MODULBESKRIVELSEN

Denne modulen er designet for å utstyre idrettsfolk med kunnskapen og ferdighetene som trengs for å lage effektive pengeinnsamlingsplaner for deres organisasjoner. Gjennom denne modulen vil elevene få en forståelse av nøkkelprinsippene for strategisk planlegging og inntektsgenerering, inkludert viktigheten av å sette klare mål og utvikle målrettede strategier. De vil også lære om etisk pengeinnsamlingspraksis og kraften til sosiale medier som et pengeinnsamlingsverktøy. I tillegg til videoforelesninger og eksterne ressurser, vil elevene få muligheten til å sjekke forståelsen av stoffet gjennom flervalgsquizer. Ved slutten av denne modulen vil elevene være i stand til å utvikle en omfattende sportsspesifikk ettårig pengeinnsamlingsplan og en plan for markedsføring, sponsing og kampanjer som kan hjelpe organisasjonene deres med å blomstre.

2.LÆRINGSMÅL

Ved slutten av denne modulen vil idrettsutøvere kunne:

- Forstå prinsippene for strategisk planlegging
- Definerer viktigheten av strategisk planlegging i pengeinnsamling for idrettsorganisasjoner
- Identifisere nøkkelelementer i en vellykket pengeinnsamlingsplan, inkludert budsjettering, prognoser og å sette mål
- Utvikle effektive innsamlingsstrategier

- Identifisere effektive innsamlingsteknikker og kanaler, inkludert sponning, tilskudd og donasjon

Ved å nå disse målene vil idrettsutøvere være i stand til å utvikle en omfattende strategisk pengeinnsamlingsplan som omfatter alle aspekter av inntektsgenerering

3.VARIGHET

Total varighet av modulen vil være 2,5 timer:

- 15 minutter til å se videoer (introduksjon og forelesning)
- 60 minutter til å lese lesestoffet (en forskningsartikkel og to nettressurser)
- 45 minutter til å se eksterne videoer (3 videoer)
- 30 minutter på å fullføre testen (5 flervalgsspørsmål)

4. MODULINNHold

Skript for introduksjonsvideo:

Velkommen til modul 4. I denne modulen vil vi dykke inn i verden av strategisk planlegging og inntektsgenerering for vellykket pengeinnsamling. Som profesjonelle idrettsutøvere er det viktig å sette realistiske pengeinnsamlingsmål, identifisere potensielle inntektskilder og utvikle en omfattende innsamlingsplan for å støtte organisasjonens mål.

Gjennom dette kurset vil vi utforske de forskjellige aspektene ved pengeinnsamling, fra introduksjonen til vellykket pengeinnsamling til effektive innsamlingsteknikker, og nå skal vi fordype oss i strategisk planlegging og inntektsgenerering. Denne modulen vil gi deg kunnskap og verktøy for å lage en bærekraftig pengeinnsamlingsplan som støtter idrettsorganisasjonens mål. Ved slutten av denne modulen vil du ha en klar forståelse av hvordan du setter realistiske pengeinnsamlingsmål, identifiserer potensielle inntektskilder og utvikler en omfattende innsamlingsplan som fungerer for din organisasjon. Så la oss komme i gang og lære hvordan du lager en vellykket pengeinnsamlingsplan gjennom strategisk planlegging og inntektsgenerering.

Manus til forelesningsvideo:

Pengeinnsamling er en utfordrende oppgave, spesielt når det gjelder å generere bærekraftige inntekter for din sportsorganisasjon. Det er derfor strategisk planlegging er avgjørende for å identifisere potensielle inntektskilder, sette realistiske pengeinnsamlingsmål og utvikle en omfattende innsamlingsplan som fungerer for organisasjonen din.

La oss snakke om å sette realistiske innsamlingsmål. Å sette mål er avgjørende for å måle fremgangen din ved innsamling og spore suksessen til innsatsen din.

Når du setter mål, er det viktig å være realistisk og vurdere organisasjonens ressurser, størrelse og økonomiske behov. Å sette urealistiske mål kan føre til frustrasjon og demotivasjon, så det er avgjørende å sette mål som stemmer overens med organisasjonens oppdrag og verdier.

Nå skal vi snakke om å identifisere potensielle inntektskilder. Inntektskilder kan variere avhengig av organisasjonens behov og mål, men noen vanlige kilder inkluderer tilskudd, donasjoner, sponsorater og pengeinnsamlingsarrangementer. Det er avgjørende å utforske ulike inntektskilder og velge de som stemmer overens med organisasjonens oppdrag og verdier. Ved å identifisere potensielle inntektskilder kan du også diversifisere innsamlingsarbeidet og redusere avhengigheten av én enkelt inntektskilde.

Når du har identifisert potensielle inntektskilder, er det på tide å utvikle en omfattende innsamlingsplan. En innsamlingsplan bør skissere organisasjonens innsamlingsmål, strategier, tidslinje og budsjett. Den bør også identifisere rollene og ansvaret til teammedlemmene og etablere et system for å spore og evaluere innsamlingsfremgangen din.

Det er forskjellige innsamlingsstrategier du kan inkludere i innsamlingsplanen din, for eksempel stipendskriving, donoroppfordring og crowdfunding.

Disse strategiene kan brukes i kombinasjon eller separat, avhengig av organisasjonens behov og mål. Det er viktig å velge strategiene som stemmer overens med organisasjonens verdier og oppdrag og maksimerer sjansene for suksess.

Til slutt er det avgjørende å evaluere effektiviteten av innsamlingsinnsatsen din for å justere innsamlingsplanen din og sikre bærekraften. Evaluering av innsamlingsfremgangen din kan hjelpe deg med å identifisere forbedringsområder og gjøre nødvendige justeringer av innsamlingsplanen din.

Vennligst les den foreslåtte litteraturen som kan bidra til å bedre forstå strategisk planlegging og inntektsgenerering.

Eksterne avlesninger:

Pengeinnsamling i ideelle idrettsorganisasjoner: The Management Perspective

(<https://www.arjhss.com/wp-content/uploads/2021/03/H437583.pdf>)

INNTEKTSGENERERING: Tips for å gå fra å skaffe nok penger til å overleve ... til å skaffe nok til å trives.

(<https://www.play.afl/clubhelp/club-growth/revenue-generation/>)

48 pengeinnsamlingsideer for sport og lag

(<https://blog.fundly.com/fundraising-ideas-for-sports-and-teams/>)

For nerder:

1. “Strategic Planning for Nonprofit Organizations” av Michael Allison og Jude Kaye - Denne boken gir en oversikt over strategisk planlegging for ideelle organisasjoner og inneholder praktiske tips og verktøy for å utvikle en strategisk plan.
2. “Innsamlingsprinsipper og -praksis” av Adrian Sargeant og Jen Shang - Denne boken dekker de viktigste prinsippene og praksisene for pengeinnsamling og gir praktisk veiledning for å utvikle en omfattende innsamlingsplan.

Eksterne videoer

Utvikle din strategiske pengeinnsamlingsplan: Fra start til hemmelige ingredienser

https://www.youtube.com/watch?v=_P8DErYy2qk

Strategisk planlegging for ideelle organisasjoner

<https://www.youtube.com/watch?v=RM6qseUvRFw>

Hvordan bli en bedre pengeinnsamling - TEDxSantaClaraUniversity

<https://www.youtube.com/watch?v=SUvoBzjZv7E>

Sjekk kunnskapen din:

1. I følge videoen «Utvikle din strategiske pengeinnsamlingsplan», hva er de tre nøkkelementene i en vellykket innsamlingsplan?
 - a. Mål, strategier og taktikker
 - b. Budsjett, tidslinje og beregninger
 - c. Styreinvolvering, giveranerkjennelse og markedsføring
 - d. Frivillig rekruttering, samfunnspartnerskap og sosiale medier

Svar: a. Mål, strategier og taktikker

2. Hvilke utfordringer står ikke-for-profit idrettsorganisasjoner overfor når det gjelder pengeinnsamling?
 - a. Vanskeligheter med å finne og beholde frivillige
 - b. Begrensede ressurser og finansiering
 - c. Mangel på bevissthet om organisasjonen
 - d. Alt det ovennevnte

Svar: d. Alt det ovennevnte

3. Hva er hensikten med en strategisk plan?
 - a. Å sette spesifikke mål og mål
 - b. Å gi veiledning for beslutningstaking
 - c. Å tilpasse organisasjonens ressurser med dens misjon og verdier
 - d. Alt det ovennevnte

Svar: d. Alt det ovennevnte

4. Hva er hensikten med å evaluere fremdriften for innsamlingen?

- en. Å identifisere områder for forbedring
- b. For å gjøre nødvendige justeringer av innsamlingsplanen
- c. For å sikre bærekraften til innsamlingsplanen
- d. Alt det ovennevnte

Svar: d. Alt det ovennevnte

5. I følge Kara Logan i TEDx talk, hva er nøkkelen til vellykket pengeinnsamling?

- en. Å ha et stort nettverk av potensielle givere
- b. Tilbyr unike insentiver til givere
- c. Bygge relasjoner med givere og vise ekte takknemlighet
- d. Alt det ovennevnte

Svar: c. Bygge relasjoner med givere og vise ekte takknemlighet



MUFFIN

MESTRING AV DEN UNDERVURDERTE PENGEINNSAM- LINGEN ØKONOMISK KOMPETANSE FOR IDRETTSUTØVERE



FURIM
INSTITUTE



ΕΣΔΤ
ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΣΩΜΑΤΕΙΟ
ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΡΙΑΘΛΟΥ



1. MODULBESKRIVELSE

Denne modulen utforsker det grunnleggende for å lage en sportsspesifikk ettårig pengeinnsamlingsplan. Deltakerne vil lære å definere økonomiske mål, designe og implementere innsamlingsstrategier, tildele roller og ansvar, promotere arrangementer og kampanjer og spore og evaluere fremgang.

2.LÆRINGSMÅL

Ved slutten av denne modulen vil elevene kunne:

Definer klare økonomiske mål for idrettslaget eller organisasjonen deres.

Design en rekke pengeinnsamlingsstrategier skreddersydd for deres unike behov

Utvikle en tidslinje for implementering av innsamlingsplanen

Tildel roller og ansvar til interessenter

Design en salgsfremmende strategi for innsamlingsarrangementer og kampanjer

Spor fremgang og evaluer suksessen til innsamlingsaktiviteter

3.VARIGHET

Total varighet av modulen vil være 4 timer:

- 45 minutter til å se videoer (introduksjon og forelesning)
- 60 minutter til å lese lesestoffet (en forskningsartikkel og to nettressurser)
- 60 minutter til å se eksterne videoer (3 videoer)
- 45 minutter å fullføre testen (5 flervalgsspørsmål)

4. MODULINNHold

Skript for introduksjonsvideo:

“Velkommen til vår modul om å lage en sportsspesifikk ettårig pengeinnsamlingsplan (modul 5) . Innsamling spiller en viktig rolle i å opprettholde og forbedre driften til sportsorganisasjoner, fra kjøp av nytt utstyr til finansiering av turneringsreiser. I denne modulen har vi vil veilede deg gjennom å definere klare økonomiske mål, utforme og implementere en rekke pengeinnsamlingsstrategier og vurdere planens suksess. Du vil få praktisk innsikt i hvordan du tildeler roller, bruker effektive markedsføringsstrategier og sporer fremgangen din. La oss komme i gang med denne spennende reisen for å gjøre sport-sdrømmene dine oppnåelige.”

Manus til forelesningsvideo:

“Å forstå nødvendigheten av en sportsspesifikk innsamlingsplan er det første trinnet. En godt utformet plan fungerer som et veikart for dine økonomiske mål. Enten det er å kjøpe toppmoderne utstyr eller finansiere turer til turneringer, trenger du for å være tydelig på hvor mye penger du trenger og hva de er til.

Innsamlingsstrategier kan variere, og det er viktig å velge en som passer teamets unike behov. Dette kan være veldedighetskamper, utlodninger, salg av varer, samarbeid med lokale bedrifter eller kjøring av nettbaserte pengeinnsamlingskampanjer. Sponsorater og tilskudd er også levedyktige alternativer å vurdere.

Å lage en tidslinje er avgjørende. Du må planlegge innsamlingsaktivitetene dine på en måte som ikke forstyrrer sportssesongen. Husk de store begivenhetene eller kampene mens du lager denne timeplanen.

Hvert medlem av teamet ditt, inkludert foreldre eller frivillige, spiller en viktig rolle i pengeinnsamlingen. Tydelig definering av roller og ansvar sikrer jevn drift og vellykket implementering av pengeinnsamlingsplanen din.

Markedsføring er en game-changer. Det kan være så enkelt som muntlig, eller du kan bruke sosiale medier, e-postmarkedsføring eller lokal mediedekning. Målet er å spre ordet om din sak og hendelser.

Til slutt, følg alltid fremgangen din. Det gir deg en ide om hva som fungerer og hva som må forbedres. Juster planen din deretter for optimale resultater.

Innsamling handler ikke bare om penger, det handler om å komme sammen som et fellesskap for en sak. Med en solid plan i hånden kan du gjøre det hyggelig, givende og vellykket. La oss dykke dypere inn i hvert av disse aspektene.”

Opplesninger:

“The Art of Fundraising: The Fundamentals Every Nonprofit Needs to Know” by Guy Hart.

“How to Raise Money: The Ultimate Guide to Crowdfunding” by Tim Ferriss.

Vellykket pengeinnsamling for det lille samfunnet” av Ruby Remenda Swanson.

Eksterne videoer:

Hvordan gjøre en Shoe Drive Fundraiser | Funds2Orgs

Enkel 10-trinns skolebegivenhetssjekkliste for å rocke ditt neste arrangement

Sjekk kunnskapen din

Hva er det første trinnet i å lage en sportsspesifikk innsamlingsplan?

- a) Velge en innsamlingsstrategi
- b) Definere klare økonomiske mål
- c) Lage en tidslinje
- d) Tildeling av roller og ansvar

Hvilken av følgende er ikke en innsamlingsstrategi?

- a) Utlodninger
- b) veldedighetskamper
- c) Innkjøp av utstyr
- d) Salg av varer

Hvorfor er det viktig å spore fremgang i innsamlingsplanen din?

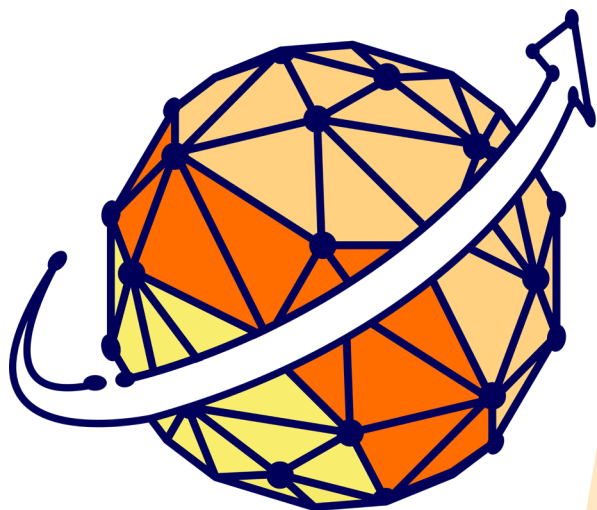
- a) Å vite hva som fungerer og hva som ikke fungerer
- b) For å føre en oversikt for fremtidig referanse
- c) Både (a) og (b)
- d) Verken (a) eller (b)

Hvilken rolle spiller promotering i innsamlingsplanen?

- a) Det hjelper å spre ordet om saken din
- b) Det tiltrekker potensielle givere
- c) Det skaper synlighet for arrangementene og kampanjene dine
- d) Alt det ovennevnte

Hvorfor er det viktig å tildele roller og ansvar for å implementere en pengeinnsamlingsplan?

- a) Det unngår forvirring
- b) Det sikrer at alle aspekter av planen blir ivaretatt
- c) Det får teammedlemmene til å føle seg verdsatt
- d) Alt det ovennevnte



MUFFIN

MESTRING AV DEN UNDERVURDERTE PENGEINNSAM- LINGEN ØKONOMISK KOMPETANSE FOR IDRETTSUTØVERE



FURIM
INSTITUTE



ΕΣΔΤ
ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΣΩΜΑΤΕΙΟ
ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΡΙΑΘΛΟΥ



1. MODULBESKRIVELSE

Denne modulen tar sikte på å utstyre idrettsfolk, inkludert styremedlemmer, sportsledere og administrativt ansatte i idrettsorganisasjoner, med verktøy og kunnskap for å utvikle og gjennomføre en omfattende plan for markedsføring, sponsing og kampanjer. Disse strategiene er utformet for å forbedre organisasjonens synlighet, engasjement med samfunnet og bærekraftige inntektsstrømmer i tråd med målene for MUFFIN-prosjektet.

2.LÆRINGSMÅL

Ved slutten av denne modulen vil deltakerne kunne:

- Forstå komponentene og betydningen av en sportsmarkedsføringsstrategi
- Identifiser potensielle sponsorer og forhandle gjensidig fordelaktige partnerskap
- Utvikle en detaljert kampanjeplan som tar sikte på å øke publikum-engasjementet og -inntektene
- Mål og analyser effektiviteten til markedsførings-, sponsing- og markedsføringsstrategier

3.VARIGHET

Den totale arbeidsmengden er ca. 2 timer, inkludert:

- 30 minutter til å se film
- 60 minutter på å lese lesestoffet
- 30 minutter med trening

4. MODULINNHold

Skript for introduksjonsvideo:

“Velkommen til modulen ‘Omfattende sportsmarkedsføring, spon-
sing og kampanjeplan’. Her vil du lære hvordan du lager robuste mar-
kedsføringsstrategier, skaper meningsfulle sponsorater og lanserer
effektive kampanjer, designet for de unike kravene til sportssektoren.
Denne modulen er skreddersydd for å veilede deg som profesjonel-
le idrettsutøvere i å effektivt engasjere deg i lokalsamfunn, forbedre
den økonomiske bærekraften til organisasjoner og bidra til de bredere
målene for sosial inkludering gjennom sport. La oss dykke inn!”

Skript til forelesningsvideoen :

«I sportens rike går markedsføring utover å tiltrekke seg fans – det
handler om å skape en identitet, bygge relasjoner og generere bærek-
raftige inntekter.

La oss starte med hjørnesteinen i enhver vellykket sportsmarkedsfø-
ringsstrategi: Målgruppeanalyse. Se for deg stadion, visualiser fansen
– hvem er de? Hva får dem til å stå i hjørnet ditt? Å forstå publikum-
met ditt, profilere potensielle fans og det bredere fellesskapet er selve
grunnlaget for engasjement. Det handler om å vite hvem som vil sam-
le seg bak organisasjonen din og hvorfor.

Når vi går fra å forstå publikummet vårt, går vi inn i merkevareutviklingens rike. Her lager vi ikke bare en logo eller et slagord. Vi skulpturerer en identitet, en persona som står høyt og gir dyp gjenklang. Dette er lagets flagg; det er hva verden vil se og føle når de møter organisasjonen din.

Deretter marsjerer vi inn i den digitale slagmarken med vår digitale markedsføringsplan. I denne alderen er verden koblet sammen gjennom skjermer, og sosiale medier og nettplattformer er våre mest potente verktøy. De er kanalene som merkevarestemmen din vil ekko, nå ut og trekke publikum inn i fortellingen din.

Men sport er, omtrent som livet, en laginnsats. Det er her sponsing spiller en avgjørende rolle. Det er mer enn bare en transaksjon; det handler om å skape symbiotiske, vinn-vinn-relasjoner. Se for deg dette som en strategisk allianse. Å identifisere potensielle sponsorer er en kunst – å finne de selskapene og merkene hvis mål er en speilrefleksjon av ditt eget publikum. Og så lage en forhandling og en avtale som er lekeboken for gjensidige fordeler.

Forestill deg nå den livlige energien til en temakveld på et spill - en "Familiekveld" eller en "Helse- og velværedag". Dette er essensen av kampanjer. De er skuespillene designet for å øke oppmøtet, skytte seertall i været og skape en storm av engasjement, både på kort og lang sikt. Det handler om å orkestrere spesielle begivenheter som gir gjenklang hos publikummet ditt og fordyper dine røtter i samfunnet. Fra atletoptredener på lokale arrangementer til virkningsfulle veldedighetspartnerskap, kampanjer er hjerteslagene som gir liv til sportsarrangementet ditt.

Og etter at støvet har lagt seg, etter at kampene er spilt og fansen har dratt hjem, kommer vi til et kritisk tidspunkt - måling og analyse. Her er vi strategene som ser på kampkartene: gransker oppmøtefrekvenser, dissekerer beregninger for engasjement i sosiale medier, kartlegger sponsortilfredshet og sporer tidevannet i inntektsstrømmene våre. Disse nøkkelytelsesindikatorerne, eller KPIene, er vårt kompass; de veileder våre neste skritt og former våre fremtidige strategier.

Dette kurset vil guide deg gjennom hver av disse komponentene, med eksempler fra den virkelige verden, ekspertinnsikt og handlingsrettede trinn for å ta sportsmarkedsføringen din til neste nivå."

Eksterne avlesninger:

- Sport Marketing: A Strategic Perspective” by Matthew D. Shank
- “The Sponsorship Handbook: Essential Tools, Tips, and Techniques for Sponsors and Sponsorship Seekers” by Pippa Collett and William Fenton

Eksterne videoer:

Fremtiden for sportsmarkedsføring

<https://www.youtube.com/watch?v=4tutv938vYM>

Test kunnskapen din:

- Hva er et viktig første skritt i utviklingen av en sportsmarkedsføringsstrategi?
 - a) Kjøpe annonseplass
 - b) Identifisere målgruppen din
 - c) Ansette en kjent idrettsutøver
 - d) Ingen av de ovennevnte

Svar: b

• Hva skal et sponsing i idrett ses på som?

- a) Et utdelingsark
- b) Et partnerskap
- c) En engangsavtale
- d) Ingen av de ovennevnte

Svar: b

• Hva er et eksempel på en effektiv sportskampanje?

- a) Arrangere en spesiell temakveld
- b) Ignorerer fanengasjement
- c) Unngå samarbeid med lokalt næringsliv
- d) Ingen av de ovennevnte

Svar: a

• Hvilken beregning kan brukes til å evaluere effektiviteten til en sportsmarkedsføringskampanje?

- a) Engasjement i sosiale medier
- b) Værforhold
- c) Lagets vinn-tap-rekord
- d) Ingen av de ovennevnte

Svar: a

- Hvordan kan sportsmarkedsføring bidra til målene for MUF-FIN-prosjektet?
 - a) Ved å øke organisasjonens synlighet og fellesskapsbånd
 - b) Ved å distansere organisasjonen fra fellesskapet
 - c) Ved å fokusere utelukkende på profitt
 - d) Ingen av de ovennevnte

Svar: a



MUFFIN

MESTRING AV DEN UNDERVURDERTE PENGEINNSAM- LINGEN ØKONOMISK KOMPETANSE FOR IDRETTSUTØVERE



FURIM
INSTITUTE



ΕΣΔΤ
ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΣΩΜΑΤΕΙΟ
ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΡΙΑΘΛΟΥ



1. MODULBESKRIVELSE

Denne modulen utforsker den transformative innflytelsen til sosiale medieplattformer innen pengeinnsamling, med spesiell vekt på sportsorganisasjoner og fagfolk. Du vil få innsikt i å utnytte de enorme mulighetene til plattformer som Facebook, Instagram og Twitter for å heve dine sportsinnsamlingsinitiativer. Denne modulen tilbyr skreddersydde strategier for profesjonelle idrettsutøvere for å utnytte den digitale verdenen for maksimal økonomisk bærekraft.

2. LÆRINGSMÅL

Ved slutten av denne modulen vil deltakerne:

- Forstå potensialet i sosiale medier for pengeinnsamling innenfor idrettssektoren.
- Gjenkjenne de kostnadsbesparende fordelene ved sosiale medier-kampanjer skreddersydd for sportsentusiaster.
- Forstå viktigheten av fansengasjement, målgruppesegmentering og personlig tilpasning av innhold i sportsrelaterte formål.
- Oppdag samarbeidsmuligheter med sportspåvirkere og integreringsfordeler med andre sportsplattformer.
- Innse den kritiske rollen til åpenhet i å bygge tillit hos givere, fans og det bredere idrettssamfunnet.

3.VARIGHET

- Varigheten av denne modulen er 3,5 timer.

4. MODULINNHOLD

Skript for introduksjonsvideo:

“ Velkommen, profesjonelle idrettsutøvere, til en omfattende veiledning for å utnytte kraften til sosiale medier for effektiv sportsinnsamling. I en verden hvor hvert klikk og deling er viktig, er det avgjørende å forstå hvordan plattformer som Facebook, Instagram og Twitter påvirker sport og samfunnsengasjement. Disse plattformene omformer ikke bare generell kommunikasjon; de forvandler hvordan sportsorganisasjoner får kontakt med fans, idrettsutøvere og givere. Dykk ned i denne modulen for å avsløre strategier og innsikter skreddersydd spesielt for sportssektoren.”

Manus til forelesningsvideo:

“I den dynamiske sportens verden fungerer pengeinnsamling som en viktig livline, og sosiale medier er en endring i spillet. Så, hva gjør det uunnværlig for pengeinnsamlinger til idrett?”

Se for deg det enorme havet av sportsentusiaster på sosiale medier – et publikum som spenner over kontinenter og kulturer. Plattformen som Twitter, Instagram og Facebook blir arenaer hvor sportshistorier deles, milepæler feires og saker forkjempes.

I motsetning til tradisjonelle metoder som ofte krever betydelige budsjetter, tilbyr sosiale medier en kostnadseffektiv måte å samle supportere på. Et enkelt viralt innlegg kan resultere i donasjoner fra alle verdenshjørner.

Engasjement, kjernen i sport, finner sin perfekte allierte i sosiale medier. Plattformen gjør det mulig for lag og idrettsutøvere å dele innhold bak kulissene, live kampinnsikt og interaktive økter. Denne direkte forbindelsen fremmer en følelse av tilhørighet, og gjør følgere til givere.

Med verktøy som målgruppesegmentering og målrettede annonser, kan sportsinnsamlere nå tilpasse kampanjer for spesifikke fanbasen, og sikre at budskapet ditt gir gjenklang og inspirerer til handling.

Samarbeid tar en unik snurr innen sport. Se for deg å samarbeide med en kjent idrettsutøver eller influencer, og forsterke saken din til millioner av deres følgere.

Til slutt, i et domene der tillit spiller en sentral rolle, sanntidsoppdateringer om fondsutnyttelse, anerkjennelser og innvirkningshistorier fester båndet mellom idrettsorganisasjoner og deres støttespillere.

Oppsummert er det ikke bare et alternativ å integrere sosiale medier i innsamlingsstrategien for sport; det er avgjørende. Når du kjemper sportssaker, la disse plattformene være dine mest verdifulle lagkamerater.”

Opplesninger:

1. “ The Networked Nonprofit: Connecting with Social Media to Drive Change “ av Beth Kanter og Allison Fine

Denne boken er et must for alle i den ideelle sektoren, inkludert idrettsorganisasjoner. Den gir praktiske råd om å utnytte sosiale nettverk for pengeinnsamling og påvirkning.

2. “Digital markedsføring for sportsorganisasjoner: Engasjerende fans og sponsorer i sosiale mediers tidsalder” av Ryan S. Sweeney

En omfattende guide til digitale markedsføringsstrategier, inkludert sosiale medier, som sportsorganisasjoner kan bruke for å engasjere fans og tiltrekke sponsorer.

3. “Innsamling med sosiale medier: En guide for ideelle organisasjoner” av Jeremy Haselwood

Denne veiledningen går spesifikt inn i strategier for å bruke sosiale medieplattformer for å øke innsamlingsarbeidet.

4. Academic Paper: “Social Media for Promoting and Marketing Films” i International Journal of Business and Social Science

Selv om det er fokusert på filmer, gir denne artikkelen relevant innsikt i bruk av sosiale medier til markedsføring og promotering, som kan tilpasses for sportsinnsamlingskampanjer.

Eksterne videoer:

<https://www.youtube.com/watch?v=IwMSxbjceBs>

<https://www.youtube.com/watch?v=n8gl62ynxeE>

Sjekk kunnskapen din:

Spørreskjema:

1. Hvorfor anses sosiale medier som et kostnadseffektivt verktøy for innsamling av sportsmidler?
 - a. Det erstatter behovet for fysisk tilstedeværelse
 - b. Det gir mulighet for målrettede kampanjer

- c. Minimale forhåndskostnader
- d. Alt det ovennevnte

Svar: D)

2. Hvilken av følgende er IKKE en nøkkelstrategi for å engasjere fans gjennom sosiale medier?

- a. Poster regelmessig
- b. Ignorerer kommentarer og meldinger
- c. Deling av innhold bak kulissene
- d. Samarbeide med influencere

Svar: B)

3. Hva er betydningen av målgruppesegmentering i innsamling av sosiale medier?

- a. Det gir mulighet for mer personlig tilpassede og målrettede kampanjer
- b. Det reduserer kostnadene for kampanjen
- c. Det sikrer at kampanjen når ut til folk som sannsynligvis vil donere
- d. Alt det ovennevnte

Svar: D)

4. Hvordan kan åpenhet i sosiale medier-kampanjer forbedre innsamlingsarbeidet for idrettsorganisasjoner?

- a. Det bygger tillit hos publikum
- b. Den er i samsvar med lovbestemmelser
- c. Det tiltrekker seg flere bedriftssponsorer
- d. Både A og C

Svar: D)

5. Hvilken sosiale medieplattform er mest kjent for sitt visuelle innhold og er populær blant profesjonelle sportsfolk og organisasjoner?

- a. Twitter
- b. Instagram
- c. LinkedIn
- d. Reddit

Svar: B)