

Verksamhetsplan

Missing Peoples organisatoriska mål är

1. En av de mest attraktiva organisationerna för ideellt engagemang och volontärinsatser i Sverige.

För att överleva i en tid där många ideella organisationer upplever att medlemsantalet sviker och färre har tid att engagera sig behöver vi utmärka oss och få fler engagerade medlemmar och aktiva. Vi behöver ha en tydlig inriktning och budskap som gör det lätt för människor att identifiera sig med oss. Vi behöver ha en stabil struktur som är framtidssäkrad.

För att nå detta mål ser vi främst att vi har tre strategier som vi bör arbeta efter:

1. Vi ska finnas representerade och tillgängliga i hela landet.
2. Vi skall arbeta för en enad organisation som styrs av våra värderingar.
3. Vi ska vara en stabil och tydlig organisation.

Initiativ påbörjade alternativt genomförda under 2020

- Initierat MPS Academy
- MPS Intranät
- MPS hundgrupp
- Ny organisationsstruktur

Missing Peoples finansiella mål är

1. Finansieringen av verksamheten ska vara långsiktig.
2. Fördelningsstrategi ska vara implementerad och accepterad i verksamheten senast 2021.
3. 2026 ska MPS vara en av de 50 största insamlingsorganisationerna i Sverige.

Som 90-kontoinnehavare står vi under Svensk Insamlingskontrolls regelverk. Detta tillsammans med regelverket från vår branschorganisation Giva Sverige finns det ett antal styrande principer vi måste förhålla oss till. Därför är det viktigt att verka för att vår finansiering har ett långsiktigt perspektiv och att vi alla förstår den fördelningsstrategi som bland annat dessa styrande principer har slagit fast.

För har fyra strategier som vi bör arbeta efter att nå detta mål ser vi främst att vi

1. Säkra finansiering genom fler intäktströmmar och på så sätt minimera risken.
2. Öka lojalitet hos befintliga givare.
3. Bearbeta nya målgrupper för rekrytering av givare.
4. Bli medlem i Svenska Postkodföreningen och förmånstagare till Svenska Postkodlotteriet.

Initiativ påbörjade alternativt genomförda under 2020

- Uppdaterat MPS insamlingsstrategi
- Aktiverat provisionsbaserad företagsbearbetare
- Signerat samarbetsavtal med Volkswagen Transport och Marled
- Implementerat Adoveo

Missing Peoples varumärkesmål är

1. 2026 ska vår hjälpta varumärkeserinran i åldersgruppen 18 år och uppåt vara 98%.
2. Polisen ska även i fortsättningen se oss som en självklar samarbetspartner vid sök efter en försvunnen person.

Vårt varumärke är idag starkt och välkänt. Men vi har tyvärr inte nått ut till alla grupper i samhället. Vi vill därför fortsätta att exponera oss och göra varumärket känt. Vi vill också fortsätta att bygga våra relationer med Polisen och andra myndigheter, på nationell såväl som på regional nivå. För att nå detta mål ser vi främst att vi har två strategier som vi bör arbeta efter:

1. Regelbunden kommunikation grundad på vår kommunikationsplattform internt och externt.
2. Bygga och värna relationer inom Polisen både nationellt och regionalt.

Initiativ påbörjade alternativt genomförda under 2020

- Uppdaterat MPS kommunikationsstrategi
- MPS Mediaskola
- Påbörjat arbetet med våra MPS ambassadörer

- Sökt varumärkesskydd för Missing People i Europa
- Mediabearbetning har resulterat i att vi medverkat ett 10-tal ggr i press, tv och radio
- Ökat antal följare på FaceBook med 4 % (24 372 stycken)
- Ökat antal följare på Instagram med 116% (15 114 stycken)
- Ökat antal följare på LinkedIn med 40 % (178 stycken)