

## MISSING PEOPLES ORGANISATORISKA MÅL ÄR

*Att vara 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 två strategier som vi bör arbeta efter:

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

Missing Peoples organisatoriska delmål:

1. Vi ska öka antalet aktiva volontärer
2. Vi ska årligen mäta samt följa upp hur våra värderingar efterlevs
3. Vi ska identifiera och säkra nyckelroller inom organisationen

Organisatoriska initiativ påbörjade alternativt genomförda under 2020-2021:

1. MPS Academy (grönväst-, ledarskaps- och introduktionsutbildning)
2. MPS Intranät
3. MPS nationella hundgrupp och kompetens- och framtidsgrupp
4. Train-the-trainer
5. Implementerar ny organisationsstruktur
6. Implementerat ny intern kommunikationsstrategi (Telavox, möte med VL och funktionsansvarig samt RLG, lagt ner FB-grupper och startat upp Teams-grupper och regionala PR/kommunikationsansvariga)

## MISSING PEOPLES FINANSIELLA MÅL ÄR

*Finansieringen av verksamheten ska vara långsiktig.*

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.

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

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, såväl privatpersoner som företag
4. Bli medlem i Svenska Postkodföreningen och förmånstagare till Svenska Postkodlotteriet

Missing Peoples finansiella delmål:

1. Vi ska ha en stabil intäktsnivå på >5 000 000 kr/år
2. Vi ska uppfylla de nyckeltal som är en förutsättning för att vi ska kunna behålla vårt 90-konto hos Svensk Insamlingskontroll
3. Vi ska ha en god finansiell styrning för att säkra finansiering av fasta kostnader och för att fortsätta utveckla verksamheten genom att investera i ändamålet

Finansiella initiativ påbörjade alternativt genomförda under 2020-2021:

- Uppdaterat MPS insamlingsstrategi
- Aktiverat provisionsbaserad företagsbearbetare
- Signerat samarbetsavtal med Volkswagen Transport, Marled och Sokigo
- Implementerat Adoveo samt förbättrat insamlingsmekanismerna
- Ökar antalet stiftelseansökningar
- Översyn av administrativa kostnader
- Lojaliserande dialog och uppföljning med månadsgivare samt medlemmar i syfte att säkra långsiktighet
- Renodlat roller och ansvar på kansliet samt rekryterat insamlingskompetens

MISSING PEOPLES VARUMÄRKESMÅL ÄR

*2026 ska vår hjälpta varumärkeseränran i åldersgruppen 18 år och uppåt vara 96%.*

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

Missing Peoples varumärkesdelmål:

### 1. Vi ska öka den hjälpte varumärkeskännetdomen med 1%-enhet fram till 2023

Varumärkesinitiativ påbörjade alternativt genomförda under 2020-2021:

- Uppdaterat MPS kommunikationsstrategi
- MPS Mediaskola
- MPS ambassadörer
- Sökt varumärkesskydd för Missing People i Europa
- Medverkan i Efterlyst
- Medverkan i flertalet TV- och filmproduktioner (SVT, TV4 och Discovery)
- Påbörjat varumärkestracking
- Lagt en plan för ökad synlighet på våra sociala plattformar
- Inlett ett reklambyråsamarbete
- Utforskat nya kommunikationsytor, t ex Hundens Dag och Anhörighetsdagen
- Auktion i samarbete med ambassadörer och Bukowskis
- Mediabearbetning har resulterat i att vi medverkat ett x-tal ggr i press, tv och radio
- Ökat antal följare på Facebook med 1,4 % (9 625 stycken)
- Ökat antal följare på Instagram med 25% (9 189 stycken)
- Ökat antal följare på LinkedIn med 23 % (197 stycken)