

Medlemsvärvning

Föreningar som har ett bra grundkoncept för medlemsvärvning och god medlemsvård drar automatiskt till sig fler medlemmar. Medlemsvärvningen är oftast en självgående spiral som antingen går uppåt eller neråt.

En förening som är aktiv och attraktiv har mycket gratis i sin medlemsvärvning. Mottot ”Vi finns, vi syns och vi hörs” kan vara det enklaste sättet att rekrytera nya medlemmar.

En förening som inte bedriver en aktiv medlemmanpassad verksamhet tappar medlemmar.

Att gå med i en förening är för varje medborgare ett fritt val. Hur många som ansluter sig beror bl.a på medlemskapets värde. Det är därför viktigt att vid medlemsvärvning tydliggöra föreningens uppgift och möjlighet för den enskilde.

Vill vi ha några nya medlemmar

Att skaffa nya medlemmar är inget självändamål. De flesta ideella föreningar är beroende av sina medlemmar. Flere medlemmar ger större inkomster i form av medlemsavgifter. Det finns också andra orsaker som till exempel att föreningen kan få större understöd av kommunen, stiftelser etc. Många medlemmar ger en stark röst i samhällsdebatten och gör att fler människor hör talas om föreningen. En stor förening kan bedriva en slagkraftig verksamhet.

Aktiv medlemsvärvning lönar sig alltid

Det enklaste sättet att få en ny medlem är att fråga en person om hon vill bli medlem.

Man kan också:

1. Fundera ut en speciell målgrupp som man vill få med och bjuda in den
2. Ordna en tillställning till vilken medlemmarna kan bjuda in sina vänner
3. Be medlemmarna kontakta sina vänner och be dem bli medlemmar

Tänker man värva ungdomar kan det vara bra att veta, att trenden bland ungdomarna är den, att många ungdomar idag väljer organisationer som passar för tillfället. Det innebär att de hoppar av och går vidare. I sådana organisationer borde man se till att inflödet nya medlemmar blir lika naturligt som utflödet av gamla medlemmar.

Vad skall man säga när man värvar?

Man kommer långt med raka enkla budskap, att inge förtroende och vara verklighetstrogen och berätta om att föreningen behöver personen i fråga.

Det är viktigt att göra pr för olika typer av medlemskap:

Medlemskapet kan vara av typ: aktivt medlemskap, stödjande medlemmar eller familjemedlem. För personer som vill bli aktiva medlemmar måste man ha klart för sig vad man kan erbjuda. Stödjande medlemmar vill vara med genom att endast betala medlemsavgiften.

Tips på medlemsvärvning

Var skall man värva?

Man skall synas, höras, visa att det händer saker, på festivaler, fester, marknader. Det kan också behövas olika koncept för medlemsvärvning i städer och på landsbygden.

Hur

Det måste vara enkelt att bli medlem. Man kan dela ut inbetalningsblanketter tillsammans med ett kort informationsblad. Det är viktigt att föreningen tydliggör sig genom att berätta ”Det här gör vi och så här gör vi”.

Ge

I samband med medlemsvärvningen kan man ge gratissaker! Det kan vara pennor , godis, ploger eller föreningens medlemstidning. Tex en penna med föreningens logo och webbadress kan vara just den extra puff som behövs för någon skall bli påmind om föreningen och anmäla sig till föreningen via webben.

Tävling

Man kan bland medlemmarna utlysa en tävling om vem som skaffar de flesta nya medlemmarna. Den som vinner får ett pris.

Man kan också ge olika sorters pris eller poäng åt medlemmar beroende på hur många nya medlemmar de värvar, för en medlem en kaffemugg, för två medlemmar en kaffekokare etc.

Medlemsvärvningsplan

Med en medlemsvärvningsplan ser man medlemsvärvningen som en naturlig del i allt som föreningen gör.

För att medlemsvärvningen skall lyckas lönar det sig att göra en medlemsvärvningsplan och att välja ut målgrupperna. Man kan fundera på vem som skulle kunna vara intresserad av föreningens verksamhet, vilken åldersgrupp eller vilka personer i en viss livssituation. Öppenhet och fantasi är trumfkort i medlemsvärvningen.

Vad vill vi med medlemsvärvningen? Varför vill vi ha fler medlemmar? Det är frågor som är bra att ta ställning till före man sätter igång med medlemsvärvningen.

Alltid behöver man inte hitta på nya sätt att värva medlemmar. Man kan använda sig av metoder som man använt tidigare och som har lyckats.

Då man gör en medlemsvärvningsplan kan man börja med att fundera på syftet med medlemsvärvningen. Syftet kan vara att man vill sprida föreningens ideologi och värderingar i samhället.

Med en medlemsvärvningsplan undviker man ”panikvärvning”. En sådan kan man hamna att göra för att uppfylla vissa krav gentemot myndighet eller bidragsgivare. Här är fokus mer på kvantitet i stället för kvalitet. För att panikvärvade medlemmar skall stanna i föreningen behövs en bra medlemsvård. Har man inte det, finns risken att man tappar de nyvärvade medlemmar ganska snabbt.

Tips på medlemsvärvning

Konkret medlemsvärvning

Följande goda råd om konkret medlemsvärvning finns (och har lånats här nedan) på Röda Korsets ungdomsavdelnings webbsida (länken finns i slutet av artikeln).

Medlemsvärvning på kanske följande sätt:

1. Rekrytering via verksamhet och samarbeten (det långsiktiga)
2. Direkt medlemsvärvning (punktinsatser)
3. Värkning via marknadsföring (annonser etc)
4. Hur få registrerade medlemmar att stanna kvar?

Denna medlemsvärvningsstrategi är förenlig med RKUF.s tre huvudprocesser: verksamhetsutveckling, kommunikation och föreningsutveckling.

Via verksamhet

Bra fungerande verksamhet där de frivilliga får stöd och uppmuntran utgör en bra utgångspunkt för medlemsrekrytering. Ryktet sprider sig om god medlemsvård.

Via samarbeten

Välj din partner, fokusera och våga välja.

Genom att skriva ett avtal där det klart och tydligt står vem som ansvarar för vad, undviker man många gräl. Det är roligare och enklare att arbeta efter riktlinger.

Synka internt inom föreningen och tydliggör här vem som har ansvar för vad.

Rekrytera via verksamhet och samarbete

Kartlägg verksamheterna inom föreningen : vilka verksamhetsformer finns, hur fungerar de och borde man starta nya

Bygg infrastruktur: stressa inte fram samarbete eller verksamhet. Ta god tid på att bygga upp samarbete med andra organisationer. Det är viktigt att skapa kontinuitet, långsiktighet och självrekrytering.

Testa idéerna om de funkar eller inte.

Medlemsvård. Ett gott rykte är självrekryterande.

Aktivt värvande ”ansikte-mot-ansikte”

Det kan man göra på ställen där det rör sig mycket folk ss. på gatan, festivaler, mässor, järnvägsstationen.

Förutom att de egna medlemmarna värvar medlemmar på detta sätt, kan man anställa folk som gör det. Många stora organisationer ss. Greenpeace och UNICEF värvar framgångsrikt medlemmar på detta.

Lokala evenemang: kulturnätter, medlemsvärvning i samband med julfesten.

Gemensam nationell värvarinsats: bl.a. stora förbund kan genomföra nationella värvarkampanjer.

Då man genomför kampanjer bör man främst tänka på:

Tips på medlemsvärvning

1. Tidpunkt , höst eller vår
2. Formen för kampanjen.
3. Personalresurser och budget
4. Materialresurser
5. Medlemsadministration dvs arbetsbelastning, brytdatum för nya medlemmar etc

Medlemsvärvning via marknadsföring (kommunikation)

Reklam och marknadsföring kan man göra med:

Affischer, annonser, hemsidan, stående annons i medlemstidningen, annonser i olika tidningar, dela ut gratissaker i samband med direktvärvningen tex. nyckelringar, pennor.

Värvning på Internet

Att bli medlem i en förening är något som den blivande medlemmen kanske länge har gått och funderat på. När han/hon sen går in på föreningens hemsida har personen i fråga kanske redan bestämt sig för att bli medlem. Därför borde det vara lätt att hitta knappen som man klickar på för att ansluta sig.

Det är främst tre saker som föreningen borde tänka på då den försöker värva medlemmar på Internet på föreningens hemsida:

1. Hur lätt är det att hitta informationen om hur bli medlem.
Knappen med ”Bli medlem” borde vara det första man ser och med ETT enkelt klick skall man ha gjort sin intresseanmälan och få en autobekräftelse.
Det borde också vara möjligt med internetbetalning av medlemsavgiften.
2. Hur kul är det att bli medlem?
Medlemskapsförhållandet borde alltid ses ur medlemmens synpunkt. Vad har han/hon kommit för att söka? Vad får han/hon? Information om verksamheten och utbildning.
Man kunde låta medlemskandidaten prova att vara med ett par gånger före han/hon bestämmer sig för att bli medlem.
3. Är villkoren tydliga? Vad får jag ut av medlemskapet, vad kostar det, vad förbinder jag mig att göra, hur kommer mina personuppgifter att användas?

Vad göra med de nyvärvade medlemmarna

Vad gör föreningen efter det att den har lyckats värva en massa nya medlemmar?

Vart tog intresseanmälan vägen? Vilka verksamheter och utbildningar kan föreningen erbjuda? Vem tar hand om den nya medlemmen?

Nu är det ingen tid att förlora! Alla dessa intresserade nya medlemmar ska få vara med ända från början, slussa in dem genast i olika verksamhetsformer. Man skall låta folk göra det de vill, men man skall inte ge alla allt på en gång.

Hur skulle det vara med faddersystem för nya medlemmar? Föreningen, eller någon i föreningen, måste ta sig an den nya medlemmen. Föreningen borde känna att den äger den nya medlemmen, tar ansvar över att han/hon känner sig hemma genast från början. Genom att ”investera” i den nya medlemmen stannar hon kvar.

Tips på medlemsvärvning

Det borde också finnas en person som tar hand om intresseanmälningarna och åtgärdar dem, så de inte blir liggande i en låda.

Medlemsvård

Det borde vara en självklarhet att nya medlemmar skulle känna sig välkomna i föreningen. Medlemmens första intryck präglar under en lång tid upplevelsen av organisationen. Gemenskapen med andra är ett viktigt mål för medlemmarna och organisationen.

Personlig kontakt främjar attraktiviteten för föreningen. Man kan ringa upp den nya medlemmen och hälsa honom/henne välkommen. Samtidigt har den nya medlemmen möjlighet att ställa frågor om föreningen.

Att en gång per år ringa upp alla medlemmar, både nya och gamla, kan motarbeta att medlemsantalet sjunker. Att folk slutar i föreningar kan bero på helt enkelt att de har glömts bort av sin förening. Som följd av detta låter medlemmarna bli att betala sin medlemsavgift. Bästa sättet att behålla sina medlemmar är att ta hand om dem och få dem att känna sig att de behövs.

Varje förening borde ha en presentationsfolder om föreningen. Den skickas tillsammans information med kommande verksamhet.

Redan då nya medlemmar värvas borde man ta reda på medlemmens intresse av föreningen. Genom att erbjuda den aktiva medlemmen utbildning och möjlighet att starta verksamheter och den stödjande medlemmen möjlighet att delta genom att betala enbart sin medlemsavgift, bygger man upp en relation med medlemmarna som är både långvarig och stabil och befrämjar föreningens fortlevnad.

Och hur gick det sen?

När medlemsvärvningskampanjen är avslutad, vad händer sen?

Samla alla som varit med i kampanjen, gör en utvärdering, skriv upp folks åsikter, vad som bra, vad kunde man ha gjort annorlunda. Detta dokument är oersättligt, när det är dags för föreningen att planera och genomföra sin nästa kampanj.

Att varje år göra en ”medlemskoll” på vad medlemmarna tycker om föreningen och dess verksamhet är ett utmärkt sätt att få reda på medlemmarnas åsikter. Man skickar helt enkelt en enkät till medlemmarna tex tillsammans med cirkuläret.

Likaså kan man åka runt till några föreningar varje år och fråga vad de tycker och tänker. Det är viktigt för styrelsen att veta åt vilket håll det lutar, hurudan verksamhet medlemmarna verkligen vill göra. Det kan vara en helt annan verksamhet än centralkansliet planerar och tror att de vill göra.

Tro ej, ta reda på vad medlemmarna vill göra.