

# MEDLEMSDAGARNA 2014

20-21 JANUARI 2014 | STOCKHOLM

MEDLEMSUTVECKLING I IDÉBURNA ORGANISATIONER – REKRYTERING, AKTIVERING OCH ENGAGEMANG



- Hur kan traditionella folkrörelser vara attraktiva för nya medlemmar?
- Hur tar man bäst tillvara på medlemmars engagemang?
- Vilka medlemmar är "tysta" och varför?
- Medlemsutveckling i sociala medier – så driver ni trafik till era sidor
- Hur kan vi sätta effektiva mål för att driva och följa upp kampanjer?
- På vilka sätt brister organisationer i sin medlemsvård?
- Hur kan vi följa upp tappade medlemmar?

Ta del av 6 högintressanta praktikfall från

**Miljöpartiet, RFSU, Volontärbyrån, Scouterna, DIK, Lärarnas riksförbund**

**Missa inte paneldiskussionen**

**"Framtidens engagemang – hur kan idéburna organisationer arbeta för att möta framtidens utmaningar?"**

I SAMARBETE MED



**Ordförande: Camilla Ländin, Medlemsutveckling Talare: Kristina Ljungros, RFSU • Anders Wallner, Miljöpartiet • Ingemar Olsson, Inkarnera Information • Marita Klasson, Volontärbyrån • Jessica Jeja Svensson, Scouterna • Peter Käll, Lärarnas riksförbund • Helen Samuelsson Dahlstrand, PWC • Anna Steen, DIK • Sara Öhman • Anna Magnusson, KFUM • Fredrik Kron, Ideell arena • Elsa Saboonchi, Jusek**



## MEDLEMSDAGARNA 2014

### MÅNDAG 20 JANUARI

#### 08:30 REGISTRERING OCH MORGONKAFFE

#### 09:00 ORDFÖRANDEN CAMILLA LÄNDIN, MEDLEMSUTVECKLING, HÄLSAR VÄLKOMMEN



**Camilla Ländin** har en lång bakgrund i den idéburna världen, bland annat åtta år som chef och verksamhetsutvecklare i en facklig organisation. I grunden har hon en magisterexamen från Lunds universitet i franska och statvetenskap, och en massa engagemang under studietiden. Efter hand har hon byggt på med utbildningar i ledarskap, kommunikation och arbetsrätt. Den ideella sektorn ligger Camilla varmt om hjärtat. Hon kallar sig föreningsmänniska och har alltid ett stort engagemang i det hon gör. Hon beskriver sig som entreprenör, företagare, husägare och mamma.

#### 09:10 SPEED NETWORKING SESSION

- Vänd dig om till raden bakom (eller framför) dig
- Introducera dig själv – namn, företag
- Berätta målet med ditt deltagande på konferensen
- Utbyt visitkort
- Fortsätt med nästa kontakt

#### 09:30 HUR SKAPAR MAN INTRESSE FÖR EN ORGANISATION SOM FUNNITS I ÖVER 100 ÅR OCH SOM ÄR LIKA VÄLKÄND SOM VARUMÄRKET ICA?

PRAKTIK FALL

- Intern stolthet – extern synlighet
- Scouternas styrka – vår egen organisation
- Scouternas utmaning – vår egen organisation
- Sälja Scouterna
- Erfarenheter från kampanjen



**Jessica Jeja Svensson**, Tidigare kommunikationsstrateg med ansvar för rekrytering, Scouterna.

#### 10:20 FÖRMIDDAGSKAFFE

#### 10:40 MEDLEMSUTVECKLING I SOCIALA MEDIER – SÅ DRIVER NI TRAFIK TILL ERA SIDOR

- Hur kan idéburna organisationer ta hjälp av sociala medier vad gäller medlemsutveckling?
- Hur driver vi trafik till våra sidor och vilka är det som driver den?
- Vilka är våra subgrupper och hur når vi dem?

- Exempel på kampanjer att skapa
- Kampanjarbetet i 10 steg



**Sara Öhman**, social mediastrateg. Sara kallas för entreprenörd och lever och andas sociala medier – inte bara för egen skull utan även för hennes uppdragsgivare. Hennes mål är att få människor att interagera mer, våga dela sina åsikter samt skapa bättre innehåll på Internet. Hon utbildar företag till sociala media-ninjas samt hjälper dem med innehållsstrategier. Sara föreläser gärna för personer i liknande marknadsföringsbefattningar samt utbildar även gärna blivande onlinemarknadsförare.

#### 11:30 HUR FÖREKOMMER OCH UNDIKER VI PARTIERNAS MEDLEMSKRIS?

PRAKTIK FALL

- Varför är Miljöpartiet ett av få partier som ökar i medlemsantal?
- Hur kan traditionella folkrörelser vara attraktiva för nya medlemmar?
- Måste medlemsrekrytering alltid vara i fokus?
- Gör vi skillnad på medlem i rörelsen och sympatisör av rörelsens syfte?
- Finns det någon skillnad i hur vi kommunicerar med dessa?
- Hur påverkas partiernas medlemsarbete inför och under valåren?



**Anders Wallner**, partisekreterare, Miljöpartiet.

#### 12:30 LUNCH

#### 13:30 RFSU – NÄR KOMMERSIELLA OCH IDEELLA KRAFTER SAMVERKAR

PRAKTIK FALL

- Hur växte dagens hybridorganisation fram?
- Vad händer om de olika logikerna krockar?
- Vilka fördelar och utmaningar har organisationen?
- Vision 2020 – så ska vi tydliggöra vår organisation
- Så ska Vision 2020 implementeras i organisationen
- Så använder vi oss av vår kommersiella organisation för att öka aktiva medlemmar
- Hur kan vi följa upp tappade medlemmar?



**Kristina Ljungros**, förbundsordförande, RFSU.

14:30 EFTERMIDDAGSKAFFE

15:00 **PANELDISKUSSION OM ENGAGEMANG I FRAMTIDENS SVENSKA CIVILSAMHÄLLE**

PANEL

Hur kommer nästa generation att engagera sig och hur kan de ideella organisationerna förbereda sig?

*Anna Magnusson, Ordförande, KFUM Sverige, Fredrik Kron, Verksamhetschef, Ideell arena, Kristina Ljungros, Förbundsordförande RFSU, Ingemar Olsson, Konsult/Författare, Inkarnera Information, Elsa Saboonchi, Chef för rekrytering och förmåner, Jusek*

16:00 **HUR ATTRAHERAR VI NYA MEDLEMMAR?**

GRUPPDISKUSSION

- På vilka sätt kan vi attrahera nya medlemmar?
- Vad kan vi lära av varandra?
- Hur kan vi nå många med små medel?
- Hur kan vi hitta nya marknadsföringsmixar för att nå potentiella medlemmar?

17:00-18:00 **NÄTVERKSMINGEL**

Första dagen avslutas med ett nätverksmingel. Passa på att byta erfarenheter med deltagare och föreläsare under informella former.

## TISDAG 21 JANUARI

09:00 **MORGONKAFFE**

09:30 **SÅ TAR NI TILLVARA PÅ MEDLEMMARNAS RESPONS**

- Vilka medlemmar ger respons spontant, och vilka är nycklarna till att få övriga medlemmars respons och delaktighet?
- Vilka medlemmar är "tysta" och varför?
- Vilka medlemmar/mottagare är viktiga?
- Hur försäkras vi oss om att ta hand om medlemmars intresse, kreativitet och respons?
- På vilka sätt brister organisationer i sin medlemsvård?



**Ingemar Olsson, konsult/författare, Inkarnera Information.** Ingemar har många års erfarenhet av arbete inom non-profit-vård, högskolor, fackförbund, folkrörelseorganisationer och patientföreningar. Hans uppdrag har handlat om kommunikationsstrategi, styrelse- och ledningsstöd, utredningar, föredrag och utbildning om kommunikation och mediakontakter. Han är även författare till boken *Sprid idén* som handlar om kommunikation i den ideella sektorn.

10:20 **FÖRMIDDAGSKAFFE**

10:40 **HUR KAN FACKFÖRBUNDEN HÄNGA MED I UTVECKLINGEN?**

PRAKTIK FALL

- Individ eller del av ett kollektiv – finns det någon skillnad i hur dagens medlemmar identifierar sig om man ser till historien?
- Vad innebär detta för förbunden, ombudsmännen och de förtroendevalda?
- Hur ökar vi nyttan för våra enskilda medlemmar?
- På vilket sätt bör lokala klubbar arbeta för att hjälpa till att skapa ett starkt förbund?



**Anna Steen, förhandlingschef, DIK.**

11:30 **HUR TAR MAN BÄST TILLVARA PÅ ENGAGEMANG?**

PRAKTIK FALL

- Vad är Volontärbyrå?
- Hur har Volontärbyrå lyckats få så många att engagera sig ideellt?
- Hur lyckas man rekrytera unga till föreningslivet?
- Vad är viktigt att tänka på i ledarskapet med frivilliga?
- Så hålls engagemanget vid liv – att motivera och behålla frivilliga



**Marita Klasson, ansvarig utbildning och organisationssupport, Volontärbyrå.**

12:30 **LUNCH**

13:30 **STYRA OCH UTVÄRDERA KAMPANJER: HUR KAN VI BLI BÄTTRE PÅ ATT VISA VAD VI ÅSTADKOMMIT?**

- Strategisk planering: från idé till genomförande
- Vilka krav ska vi ställa på kampanjer och hur tilldelar vi resurser?
- Hur kan vi sätta effektiva mål för kampanjer kopplat till utvärdering och lärande
- Analys och lärande – hur ser vi till att dra lärdom från resultaten?
- Tips för att i den operativa planeringen ges förutsättningar att bli mer framgångsrik



**Helen Samuelsson Dahlstrand, rådgivare, PWC.** Helen har specialiserat sig på ideella organisationer. Helen möter dagligen ideella organisationer och är väl bevandrad i de utmaningar som åligger organisationerna vad gäller att redovisa resultat och sätta relevanta mål för insatser och aktiviteter.

14:30 **EFTERMIDDAGSKAFFE**

15:00 **LÄRARNAS RIKSFÖRBUND – PÅ TOPP I SOCIALA MEDIER**

PRAKTIKFALL

- Så fick vi hela 23% av våra medlemmar att gilla oss på Facebook?
- Vilka kanaler finns vi i?
- Är Twitter-följare och Facebook-gillare samma personer?
- Hur påverkar det inläggens innehåll och tonalitet?
- Vilka kanaler bevakar vi och var kommer vi finnas i framtiden?
- Vad trodde vi skulle hända när vi öppnade upp vår kommunikation i sociala medier?
- Vad har vi lärt oss och hur ser vi på kanalerna nu?



*Peter Käll, kommunikatör, Lärarnas riksförbund.*

16:00 **HUR ENGAGERAR OCH BEHÅLLER VI VÅRA MEDLEMMAR?**

GRUPPDISKUSSION

- Hur skapar vi bäst engagemang hos våra medlemmar?
- Hur fångar vi upp medlemmars feedback på vår verksamhet?
- Hur tar vi tillvara på den?

17:00 **ORDFÖRANDE SAMMANFATTAR KONFERENSEN**

17:15 **KONFERENSEN AVSLUTAS**

## FÖRDJUPNINGSDAG 22 JANUARI

### MEDLEMSMODELLEN – SÅ REKRYTERAR, AKTIVERAR OCH BEHÅLLER NI ERA MEDLEMMAR

Avsluta konferensen med att lära dig Medlemsmodellen! Den enda modellen som tar ett helhetsgrepp om medlemsutveckling i idéburna organisationer. Den här fördjupningsdagen ger dig konkreta verktyg på hur du inte bara attraherar medlemmar utan även aktiverar och behåller dem.

Under denna dag kommer du att få jobba med praktiska övningar som kommer stärka dig och din organisation när ni utvecklar medlemsnyttan. Du har även möjlighet att ta upp frågor som kan ha dykt upp under konferensen.

Ni kommer att få lära er:

- Hur ni attraherar fler medlemmar
- Hur man kommer förbi rekryteringsmotstånd
- Hur ni kan hantera missnöje och behålla medlemmar
- Hur ni får passiva medlemmar att bli aktiva
- Hur en inkluderande organisation skapas och mångfald ökas



*Dagen leds av Camilla Ländin. Camilla arbetar med interaktiva metoder som skapar dynamik och sätter igång processer hos deltagarna. Som organisationskonsult arbetar hon med utveckling av grupper och team och fascinerar av deras utvecklingsprocesser. Hennes bakgrund som verksamhetschef i idéburen organisation och många års erfarenhet av att utveckla organisationer gör henne till en mycket omtyckt ledare.*

### HÅLLTIDER FÖR FÖRDJUPNINGSDAGEN

- 09:00 Registrering och morgonkaffe
- 09:30 Fördjupningsdagen startar
- 11:00 Förmiddagskaffe
- 12:30 Lunch
- 13:30 Fördjupningsdagen fortsätter
- 14:30 Eftermiddagskaffe
- 16:00 Fördjupningsdagen avslutas

## HUR KAN IDÉBURNA ORGANISATIONER LYCKAS MED SIN MEDLEMSUTVECKLING?

Vad är det som gör ett fackförbund, ett politiskt parti, en intresseorganisation eller folkrörelse framgångsrik? Dess medlemmar! Samtidigt vittnas det om organisationers stora medlemstapp. Därför är det av största vikt att du som jobbar med medlemsfrågor i en idéburen organisation håller dig uppdaterad på nya metoder att attrahera, engagera och behålla era medlemmar.

Missa därför inte Medlemsdagarna 2014. Ett forum för dig som arbetar med medlems- och organisationsfrågor i en idéburen organisation. Ta chansen att mötas över gränserna och dra lärdom av hur andra organisationer arbetar. Hur når ni nya medlemmar? Hur ser ni till att skapa en organisation där medlemmar trivs och engagerar sig? Detta och mycket mer kommer att behandlas under Medlemsdagarna 2014.

Du kommer att få lyssna till:

- Metoder för att styra och utvärdera kampanjer - strategisk planering
- Så kan ni sänka trösklarna för att underlätta för medlemmars deltagande
- Hur når ni de "tysta" medlemmarna?
- Hur kan traditionella folkrörelser vara attraktiva för nya medlemmar?
- Medlemsutveckling i sociala medier – så driver ni trafik till era sidor

Varmt välkommen till en konferens fylld med praktikfall, experter och diskussioner. Allt i den medlemsburna organisationens tecken.

*PS. Missa inte heller fördjupningsdagen som handlar om Medlemsmodellen. Ett verktyg för tjänstemän, förtroendevalda och aktiva för att skapa en medlemsstrategi eller förbättra det operativa arbetet med medlemsvärvning och medlemsutveckling.*

**Yaminna Nefzi**

**Projektledare**

**Informa IBC Sweden**

**Tfn: 08-587 662 69**

**E-post: [yaminna.nefzi@informasweden.se](mailto:yaminna.nefzi@informasweden.se)**

## SPONSRING & UTSTÄLLNING

Konferensen kommer att besökas av beslutsfattare inom området, missa inte denna unika möjlighet att träffa dem!

Informa IBC Sweden sammanför köpare och leverantörer till en och samma plats. Nischat, affärsinriktat och på hög nivå - denna konferens kommer att vara en utmärkt plattform att inleda nya affärsrelationer. Vi erbjuder skraddarsydd nätverk, paneldiskussioner, högaktuella praktikfall och förbokade affärsmöten där du kommer att erhålla direktkontakt med potentiella kunder.

För ytterligare information och kostnadsförslag – välkommen att kontakta:

Sales Manager Ingela Norlander

Tfn: 08-587 662 71

E-post: [ingela.norlander@informasweden.se](mailto:ingela.norlander@informasweden.se)

## NÄTVERKANDE



**Gå med i våra nätverksgrupper på LinkedIn!**

I våra kostnadsfria nätverksgrupper på LinkedIn håller du dig informerad och skapar nya kontakter som delar dina intressen.

**[www.informasweden.se/natverkande](http://www.informasweden.se/natverkande)**



**Följ Informa IBC Sweden på Twitter!**

Ta del av senaste nytt och ställ frågor till oss!

**[www.twitter.com/informasweden](http://www.twitter.com/informasweden)**



## MEDLEMSDAGARNA 2014

### ANMÄL DIG REDAN IDAG!

Tfn 08 587 662 20

Fax 08 587 662 40

E-post [info@informasweden.se](mailto:info@informasweden.se)

Online [www.informasweden.se/medlem](http://www.informasweden.se/medlem)



### ANMÄLAN DELTAGARE 1

Namn	
E-post	
Befattning	
Tfn	Mobil
Företag	
Adress	
Postadress	
Referens	

### BOKNINGSDETALJER DELTAGARE 1

Konferens	<input type="checkbox"/>	Konferens + fördjupningsdag	<input type="checkbox"/>
Fördjupningsdag	<input type="checkbox"/>	Endast dokumentationen	<input type="checkbox"/>

### ANMÄLAN OCH BETALNINGSVILLKOR

Priserna är exklusive moms och inkluderar elektronisk dokumentation, lunch och kaffe. Lokal meddelas en månad innan konferensen via e-post och via vår hemsida [www.informasweden.se/medlem](http://www.informasweden.se/medlem)

#### PRIS

<b>Konferens + fördjupningsdag</b>	11.490 kr
<b>Konferens</b>	7.490 kr
<b>Fördjupningsdag</b>	4.990 kr
<b>Endast dokumentation</b>	2.990 kr

Betalning erläggs mot faktura 30 dagar netto, dock senast tre arbetsdagar före konferenstillfället. Vid avbokning, som skall göras skriftligen, debiteras ingen avgift om avbokningen sker senast två veckor före konferensdagen, 50% om avbokningen sker senast en vecka före och 100% om avbokningen sker under den sista veckan. Om du får förhinder och inte kan delta kan du självklart överlåta din plats till en kollega.

### ANMÄLAN DELTAGARE 2

Namn	
E-post	
Befattning	
Tfn	Mobil

### BOKNINGSDETALJER DELTAGARE 2

Konferens	<input type="checkbox"/>	Konferens + fördjupningsdag	<input type="checkbox"/>
Fördjupningsdag	<input type="checkbox"/>	Endast dokumentationen	<input type="checkbox"/>

### ANMÄLAN DELTAGARE 3

Namn	
E-post	
Befattning	
Tfn	Mobil

### BOKNINGSDETALJER DELTAGARE 3

Konferens	<input type="checkbox"/>	Konferens + fördjupningsdag	<input type="checkbox"/>
Fördjupningsdag	<input type="checkbox"/>	Endast dokumentationen	<input type="checkbox"/>

### VIKTIG INFORMATION OM DOKUMENTATION

Många av våra föredragshållare uppdaterar sina anföranden i sista stund. För att kunna erbjuda en uppdaterad och korrekt version har vi därför valt att tillhandahålla dokumentationerna elektroniskt. I anslutning till konferensen får du, via lösenord, tillgång till dokumentationen på vår webbsida. Vid problem med nedladdning vänligen kontakta Kundtjänst, tfn 08 587 662 00. Vill du anteckna i dokumentationen rekommenderar vi att du skriver ut och tar med dig den till konferensen.

### OM INFORMA IBC SWEDEN

Informa IBC Sweden tillhör Informa Plc. Informa är världens största börsnoterade organisatör av mässor, event, konferenser och kurser och tillhandahåller mötesplatser och möjligheter för kunskap att delas världen över. Informa har drygt 8000 anställda på 150 kontor i 40 länder.

Informa IBC Sweden startade sin verksamhet 1994 och genomför årligen 200 mässor, konferenser, kurser och utbildningar på den svenska marknaden. Våra tusentals deltagare är beslutsfattare från både privata näringslivet och offentlig sektor. Målsättningen är att ge våra deltagare ny och utvecklande kunskap med de mest kända experterna inom respektive område. Våra produkter erbjuder också möjlighet att personligen möta potentiella kunder och knyta nya affärskontakter

Läs mer på: [www.informasweden.se](http://www.informasweden.se)  
Informa – bringing knowledge to life



I7ZAH/1401

### INFORMATION OM BEHANDLING AV PERSONUPPGIFTER

Den personliga information som visas i detta postala utskick, eller tillhandahålls av dig, kommer att hållas i en databas och användas i marknadsföringssyfte. Den kan delas med andra företag inom Informa Group i Sverige och internationellt. Ibland kan dina uppgifter erhållas från externa företag i marknadsföringssyfte. Om du inte önskar att dina uppgifter skall användas i dessa syften, vänligen skriv till Database Manager, Informa IBC Sweden, Box 7022, 103 86 Stockholm. E-post: [databas@informasweden.se](mailto:databas@informasweden.se) • Personuppgiftsansvarig är Informa IBC Sweden.

