

Så lyckas du med rekryteringen

Alla föreningar kämpar i dag med att rekrytera medlemmar. Nu finns en bok som tar ett helhetsgrepp på ideella föreningars medlemsutveckling. Här får du råden för hur man lyckas med rekryteringen.

TEXT: INGRID KINDAHL

Arbetet inom en organisation – Svenska Lottakåren är ett exempel – är ofta hårt fokuserat på att värva nya medlemmar och utveckla verksamheten. Nu finns boken som ger stöd i rekryteringsarbetet. Boken heter "Medlemsmodellen", av Angeli Sjöström Hederberg och Niklas Hill.

Författarna har båda erfarenheter från ideella organisationer och är i dag samhällsentreprenörer med inriktning på demokrati- och föreningsutveckling. I den rollen ser de dels vilka fantastiska insatser som görs av organisationerna, men också vilka misstag som görs.

Åtta steg

Författarnas modell för rekrytering och hur en organisation får behålla sina medlemmar består av åtta steg: Reflektera, Analysera, Attrahera, Rekrytera, Introducera, Hantera, Aktivera och Utvärdera.

Reflektera och Analysera handlar om att skapa en gemensam bild av varför medlemsfrågorna är viktiga och vad som egentligen är organisationens uppdrag. Vad bidrar den med och vilka resurser behövs? Var hittar man de potentiella medlemmarna?

Nästa steg i modellen kallas Attrahera och Rekrytera då organisationen undersöker vad medlemmarna egentligen efterfrågar, men också vågar nischa sig, göra organisationen känd och bestämma vilka kanaler som är de mest effektiva för rekryteringen.

Hur rekryteringen ska genomföras är en central fråga – liksom vem eller vilka som ska rekrytera. I boken diskuteras för- och nackdelar med både ideella och professionella rekryterare, belöningsmodeller för rekryterare och hur enskilda medlemmar kan besegra sitt "rekryteringsmotstånd" och våga närma sig människor och berätta om organisationen.

När en förening har lyckats rekrytera nya medlemmar dyker nästa fråga upp – hur göra för att behålla dem? Vissa organisationer finns ju till för att tillvarata medlemmarnas intressen – exempelvis fackföreningar eller bostadsrättsföreningar. Andra – som Svenska Lottakåren – fyller en funktion i samhället, och samlar medlemmar runt en idé.

Oavsett vilken typ av organisation det handlar om, måste föreningen lära



Angeli Sjöström
Hederberg

sig att skryta mer, skriver författarna: "Det handlar inte om att göra mer, bara skryta mer." Låt medlemmarna uttala sig om vad de får ut av sitt medlemskap, lyft fram positiva utvärderingar, citat eller omdömen. Detta kallas på konsultspråk för "storytelling", och är ett effektivt redskap inom all nyrekrytering.

Känna sig behövda

I bokens sista del ger författarna råd för hur organisationen får medlemmar att gå från att vara passiva till aktiva medlemmar. Det handlar om att få människorna att känna sig behövda och tas på allvar, men också om att berätta om vilka olika möjligheter till engagemang det finns.

Så i stället för att missnöjt muttra om alla passiva medlemmar borde organisationerna betrakta dem som riktiga guldgruvor – det är ju bland de ännu inte aktiva som organisationen kan hitta de nya krafter som organisationen söker. ●



Boken om hur man får fler medlemmar

"Medlemsmodellen" är en lättläst bok fullproppad med tips om hur man ska tänka när man ska värva nya medlemmar, hur man ska aktivera dem och hur man får dem att stanna kvar.

Den är skriven av samhällsentreprenörerna Niklas Hill, Trinambai Consulting, och Angeli Sjöström, Medlemsutveckling.

Boken kan beställas från www.medlemsmodellen.se.