

MOTION 8

Rekrytering av nya och behålla nuvarande medlemmar

Inlämnad av: Lennart Dolk

Förening: Ledarna inom Privat Tjänstesektor

Bakgrund:

Jag motionerar om att vi behöver något gratis material när vi skall gå ut och värva nya medl. och behålla gamla medlemmar. De andra fackföreningarna Unionen och Cf strör ut reklam material allt från ficklampor, pennor, isskrapor, reflexer, sedelklämmor, m,m. man lockar också med längre tid när det gäller arbetslöshetsförsäkringen(1.5 år)och med fördelaktigt medl. lån på banker. Vi har just märkt en flykt av medl. till dem från oss. Senaste månaden är det 6 st som lämnat ledarna och gått över till Unionen eller Cf. Och det är dessa svar man får när man frågar dem varför de går över. Får ofta kommentarer att vi är så snåla på Ledarna som sällan bjuder på något. Eller har ni inget att komma med när det gäller hjälp med lån eller försäkringar. Och nu är inte längre tidningen (Chef) ett flaggskepp. Kommentaren är ofta att det är som en veckotidning som inte har med oss på golvet att göra. Man vill veta hur det går i vissa domstolsärenden och hur vi kan lära oss att inte hamna där.

jag/vi tycker därför att ledarna ska:

Vad kostar det att tappa medlemmar. ?? och vad kostar det att få lite hjälp med gratis prylar och dela ut till både nya och gamla medl.??

Jag tror det är en liten kostnad om vi kan värvar en medl. eller få behålla en medlem. Jag tror inte vi behöver höja medl. avg.

Jag/vi yrkar att kongressen beslutar:

att Ledarna ser över reklamaterialet(gGratis prylar som kan delas ut) och försäkringar och medl. lån på Bank.

att man ändrar på utbudet i Tidningen (chef) efter som vi är ägaren av den.

Föreningens svar:

Möjlighet till medlemslån finns redan idag för såväl köp av bostad som för andra ändamål. Information om detta finns på ledarna.se. Likaså finns redan i dag en förmånlig inkomstförsäkring. Förutsatt att du är med i en a-kassa omfattas du av en s.k. basförsäkring i den lösning som Ledarna valt.

Motionärens önskemål ska också ställas mot den eventuella avgiftsökning som Ledarna skulle ställas inför och därmed finansiera genom medlemsavgiften. En medlemsavgift som sannolikt hade varit tvungen att höjas avsevärt.

Vi har förtroende för marknadsavdelningens arbete och omdöme när det gäller reklam. Precis som vi har förtroende för tidningen Chefs redaktör. Det är även viktigt att tidningen Chef är en oberoende journalistisk produkt. Dock ska tilläggas att vi anser att Ledarna kontinuerligt ska se över sina medlemsprodukter angående vilket utbud som mest förmånligt för medlemmarna och vad som kan förbättras.

MOTION 8

Förbundsstyrelsens yttrande

Ledarnas utgångspunkt i arbetet med att rekrytera nya och behålla befintliga medlemmar är att tydligt bevisa värdet av ett medlemskap utifrån chefens behov. En viktig marknadsföringskanal för att bevisa detta är givetvis att arbetsplatserna, dels genom synlighet och närvaro, men framförallt genom att Ledarnas representanter i form av förtroendevalda och kanslianställda sköter sina uppdrag för medlemmarna på ett vis som skapar gott renommé eftersom det är det som ger störst effekt i arbetet med att rekrytera och bibehålla medlemmar på lång sikt.

Förbundsstyrelsen håller dock med om att det i dagsläget saknas tillräckligt marknadsföringsmaterial för att profilera Ledarna och skapa närvaro på ett effektivt vis. Give-aways kan vara en del av lösningen, men ännu viktigare är sannolikt att skapa kännedom om Ledarna och Ledarnas erbjudande.

Ledarna har sedan oktober 2013 tecknat avtal om medlemslån via SEB, avtalet omfattar både bolån och även lån utan säkerhet. Villkoren för lånen är samma som för de lån som många andra tjänstemanna- och akademikerförbund erbjuder via SEB.

Tidningen Chef är mycket uppskattad av Ledarnas medlemmar som idag består av chefer från i princip alla branscher på alla nivåer.

Utöver att leverera en medlemstidning till Ledarna har Tidningen Chef till uppgift att skapa intäkter till Ledarnas medlemsverksamhet genom kommersiell verksamhet. I uppdraget finns också att skapa opinion i frågor som stöttar arbetet mot Ledarnas vision, alla har en bra chef. Ett bra exempel är satsningen Battle Of The Numbers i vilken Tidningen Chef tillsammans med en partner lyckats få ett antal av Sveriges största företag att tydligare uppmärksamma vikten av fler kvinnliga chefer i högre positioner.

För att kunna driva en verksamhet med det uppdrag och de resultat som beskrivs ovan krävs en oberoende och fristående redaktion.

Förbundsstyrelsen föreslår att kongressen beslutar

att bifalla motionärens förslag angående översyn av reklamaterialet och anse resten av den första att-satsen besvarad.

att avslå andra att-satsen