

Förstudie 2020, MHRFs förändringsarbete

Delområde: Medlemsrekrytering och medlemsnytta

Ansvarig för förstudien: Kurt Sjöberg, Anders Albihn

Nuläge

Medlemsrekrytering har diskuterats i olika sammanhang. Det finns i dagsläget ingen policy som styr hur MHRF skall få fler medlemsklubbar.

När det gäller medlemsnytta är det ett vidare begrepp. De flesta av medlemsklubbarnas enskilda medlemmar ser nog MHRF-försäkringen som en viktig medlemsnytta. Inom MHRF har vi försökt att tydliggöra medlemsnyttan i ett vidare begrepp där vi lyfter fram MHRFs särställning när det gäller myndighetsbevakning och kontakter med politiker och beslutsfattare. Vi arbetar fram MHRFs huvuduppdrag för att tydliggöra medlemsnyttan.

Problem och behov

Det är ett problem att medlemsrekryteringen inte har någon uttalad policy. Det finns därför ett behov att ta fram en policy.

När det gäller medlemsnyttan har vi en ganska bra bild av hur klubbarna uppfattar vår roll. Trots detta har vi ett behov av att tydliggöra hur vi ska stärka vårt varumärke.

Önskad lösning/mål och nyttan med detta

En policy skall tas fram avseende medlemsrekrytering. Målet är att nå nya medlemsgrupper som för närvarande inte är anslutna till MHRF. Om vi är tydliga i denna fråga stärks MHRFs varumärke och vi attraherar flera klubbar.

Att MHRF är företrädare i det offentliga rummet för klubbarna. Att det finns en försäkring kopplad till MHRF är även en viktig medlemsnytta. MHRF är ett starkt varumärke men kanske behöver man visa vad MHRF gör för klubbarna och deras medlemmar. Resonerade om engelska "Drive it day".

Många klubbar i UK har samordnade arrangemang. Går det att göra något liknande i Sverige och att klubbar hjälps åt som inte har några gemensamma arrangemang. Under Corona har klubbar tex. MHS haft webbrally. Kan man hitta liknande samarbeten där MHRF kan vara samordnare/ förmedla kontakter.

Målet är att öka antalet medlemsklubbar med 10 % under en tolv månadersperiod. Vi får en starkare ekonomi och större genomslag om vi arbetar proaktivt med medlemsrekrytering. Medlemsnyttan är huvudsakligen en informationsfråga. Här tror vi att vi kan bli tydligare och allokeras kansliets resurser på ett mer effektivt sätt. Vi bör mäta genom en enklare enkät hur medlemsklubbar uppfattar MHRF årligen.

Facebook är det många som är med men inte så många som blir medlem i en klubb. Hur får man medlemmar att se nyttan av att betala medlemsavgiften och se nyttan med att klubben är medlem i MHRF. Söka upp klubbar som inte är medlemmar i MHRF ännu.

MHRF har mycket bra informationsmaterial som är genomarbetat. Tillgängligheten till detta informationsmaterial är viktigt.

Vi resonerar om att lyfta fram samarbeten mellan klubbar och arrangemang. Kanske kan MHRF via aktivitetskalendern bistå i att kommuniceras bättre kring arrangemang.

En fråga som ofta kommer från klubbarnas enskilda medlemmar är tekniska frågor rörande tillgänglighet av reservdelar mm. MHRF skall inte agera kunskapsbank i detta hänseende men skulle kunna kartlägga klubbarnas "kunskapsspecialister" och förmedla kontakt till dessa. Detta är en konkret medlemsnytta.

Hur ser ni på det sista förslaget ovan, om man ser till huruvida MHRF ska stå som garant för olika företag etc? Och hur mycket tid tar detta?

Projektets omfattning och tidsperiod alt. tidplan för genomförande i den löpande verksamheten

Arbetet med att ta fram en rekryteringspolicy aktiveras vid årsskiftet och skall redovisas vid sista förbundsstyrelsemötet innan sommaruppehållet 2021.

När det gäller medlemsnyttan skall nuvarande informationskanaler ses över.

Informationsmaterial- och metoder skall ses över. Detta arbete skall vara slutfört under kvartal 3 2021.

ME kommentar: Andra stycket ingår i arbetet med kommunikationsplan, som i Malins förstudie föreslås vara klar till strategimötet 2021, varför något längre tidsplan behövs för denna del.

Hur målet ska mätas, t ex i tid, effekt eller kostnad

Mätningen av effekten av den nya rekryteringspolicyn sker genom att läsa av antalet nya medlemsklubbar. Här bör vi ha en indikation vid årsskiftet 2021/22. Kostnaden är svår att beräkna.

Medlemsnyttan mäts genom någon form av enkätundersökning som tillställs klubbarna. Beroende av vilka informations- och övriga åtgärder som vi vidtar kommer givetvis kostnaden att påverkas. Vår bedömning är att en kostnadsram om 50 000 kronor kan vara en indikation.

Intressenter

Primärt förbundsstyrelsen och de delar av kansliet som arbetar med informationsverksamheten.

Hur projektet/arbetet kommer att påverka övrig verksamhet medan det pågår

Vår bedömning är att övrig verksamhet kommer att påverkas marginellt.

Hur projektet/arbetet bör kommuniceras internt och externt

För att få framgång i projektet krävs ett förarbete bestående främst av kommunikation/information med medlemsklubbarna. Vi tror att detta projekt med framgång i detta hänseende kan ha ett nära samarbete med kommunikationsprojektet.



MOTORHISTORISKA
RIKSFÖRBUNDET

Förslag rörande roller i projektet/arbetet

Erfaren projektledare med gedigen klubbferenhet och som kan driva projektet och analysera vilket stöd i form av externa kontakter som är lämpliga att utnyttja.

Projektledare/ansvarig

En i förstudiegruppen, lämpligen Anders Albihn.

ME kommentar: Lämpligen ingår Anders i så fall i projektgruppen för kommunikationsplanen också

Projektgrupp/arbetsgrupp

Förstudiegruppen i samarbete med den som kanslichefen utser. Dessutom bör några förbundsmedlemmar, förslagsvis 2st, att ingå i arbetsgruppen.

Referensgrupper

Ett antal klubbar engageras som referensgrupp och kan kontinuerligt informeras och lämna synpunkter.