

Jag fick en trisslott i födelsedagspresent när jag fyllde 25 år (för en massa år sedan känns det som) ifrån bilfirman där jag köpte min förra bil. Nu har jag nyss bytt bil, gissa vilket märkte jag valde? Jo, samma som tidigare, Ford. Berodde det på trissloten? Kanske... Men kan bilfirman luta sig tillbaka nu, för affären är gjord och jag har betalat bilen? NEJ! Nu börjar jobbet att bygga en ny relation med mig inför nästa bilbyte och alla kringtjänster som Ford erbjuder, för jag ska väl serva min bil någonstans? Kanske däckbyte med förvaring? Ja, eftermarknadsarbetet är viktigt för relationen och omedvetet även för att jag ska känna mig nöjd och tillfreds över affären. Vi människor vill i regel synas och bli uppmärksammade. En enkel sak som en trisslott betyder mycket, och ofta plockar olika datorprogram fram uppgifter om kommande födelsedagar och liknande.

Vad kan vi göra då?

- **VÄLKOMSTPAKET!** När någon betalar in sin medlemsavgift, hälsa personen välkommen snabbt. Skicka ett litet kuvert med exempelvis senaste medlemstidningen, välkomstbrev, information om klubben, kommande aktiviteter, medlemskort och ja... det material ni har. Glöm inte bort det här. **Första intrycket är viktigt!**
- **TRYCKT medlemstidning.** Jag vill gärna ha något att läsa när jag sitter på toan, eller innan jag går och lägger mig. Tänk också på dyslektiker, äldre och personer med nedsatt syn. Långt ifrån alla vill och kan sitta framför datorn för att läsa en webbtidning eller långa artiklar på en hemsida. Koncentrationen springer snabbt iväg vid datorn. Man sitter skönare i favoritfåtöljen än framför datorn. ☺
- Ideella klubbar har rätt att få tidningen tryckt momsfritt! (Skatteverkets regler). Använd pengarna till att trycka en extraupplaga. Ofta är det de första hundra exemplaren som är dyra, ett par hundra till brukar inte kosta skjortan. Sprid dem! Hos frissan, på vårdcentralen m.m.
- Komplettera gärna med **e-postutskick**, kanske en gång i månaden? Våga vara personlig (viktig skillnad mellan personlig och privat). Har ni ingenting att skriva? Fel, fel, fel... det finns alltid något att berätta... Var inte rädd för att "småprata" med medlemmarna i mailutskick! Hur är en radiopratare? Lyssna ett par timmar på exempelvis ett morgon- eller eftermiddagsprogram på en kommersiell radiostation. Personliga, men inte privata. Medlemmarna vill säkert inte veta om din systers kusins dotter är sjuk eller om du ligger i skilsmässa (om det inte är viktigt att informera för det kan påverka din möjlighet att vara aktiv en stund i klubbverksamheten). Men gärna om du varit på en intressant utställning... Småprata är inte farligt om det inte finns något speciellt att informera medlemmarna om just nu.
- Utnyttja de nya kommunikationsmöjligheterna. **Egen hemsida, medverkan på Facebook** etc. Men **GLÖM INTE bort dem** sedan utan var aktiv, uppdatera, lägg ut små nyheter och notiser. Att länka till en tidningsartikel som handlar om något intressant räknas också som uppdaterat. Och rikta material till både medlemmar, faktaletare, presumtiva medlemmar etc. Lyckas ni väl sprida medlemmarna själva länkar och delar artiklar till sina vänner = mun till mun-marknadsföring. Gratis och personlig. Medlemmarna hjälper automatiskt till att sprida info om klubben utan att tänka på det. Ett bra exempel är informationen om NERKS livesändning. Den informationen spreds med vindens hastighet frivilligt från medlemmar ut till andra som i sin tur spred det utan att tänka på det.

- **Var tillgänglig!** Planerar någon i styrelsen att inte svara på exempelvis e-mail (eller har svårt att göra det) så är det mycket bättre att personens mailadress inte finns med på hemsida etc. Svara! Även om ett mail kan kräva arbete för att kunna svara riktigt, så svara ändå direkt att mailet är mottaget och att ni återkommer så snart ni kan... Ingenting är så irriterande som att inte få svar, oavsett om mitt mail var svårt eller innehöll synpunkter/önskemål/förslag etc. Eller kanske något som inte krävde svar, men svara ändå att det är mottaget! Men glöm inte bort det sedan utan försök inom rimlig tid ha ett riktigt svar också.
- **Transparens!** För inte finns det något att dölja? Kanske en lösenordskyddad del på hemsidan dit endast medlemmar har tillgång för exempelvis styrelseprotokoll, årsmöteshandlingar etc. Men glöm inte att maskera eventuella personnamn i känsliga ärenden. Vad säger stadgarna? Ofta finns det med i stadgarna att protokoll ska vara tillgängliga för medlemmarna. Det är väldigt få som sätter sig på årsmötet och läser igenom protokollpärmerna (där de med 99% säkerhet har rätt att göra det). Kanske inte så många som är intresserade, men det räcker med att ni ger medlemmarna möjlighet att enkelt följa styrelsens arbete, det skapar ett förtroende.
- **Samarbeta** med exempelvis djur/zooaffärer, veterinärkliniker, försäkringsbolag m.m. Ofta en win-win situation. Klubben kan förhandla om en "kick-back" (en form av "bonus" till klubben). Kan bestå av exempelvis 3-5% av medlemmarnas inköp som kommer klubben till godo, sponsring av vinster till utställningar m.m. Agria brukar kunna erbjuda en summa till klubben per ny försäkringstagare. Men oavsett det så kommer samarbetet tillgodo för medlemmen som har exempelvis 10-15% rabatt i djuraffären, 10% på veterinärkliniken och 10% hos försäkringsbolaget. Samarbeta gärna med dagstidningen i området för bättre annonsmöjligheter för klubben. Motkrav är ofta gratis annonser i medlemstidning och länkar på hemsidan = i princip kostnadsfritt för er! När ni skriver samarbetsavtal, lås inte upp er vid just en enda. Finns det fler djuraffärer i området ska givetvis alla ha chans att samarbeta! Ingen exklusivitet hur lockande det än kan vara. Det kan påverka exempelvis vilka som får ha monter på er utställning och det begränsar medlemmarnas möjlighet att botanisera bland nya produkter.
- **Fadder till alla nya medlemmar!** Det är ofta svårt att komma in i en etablerad grupp. Med en fadder kan det bli lättare. Men låt inte medlemmen själv söka upp faddern, för att få optimalt resultat är det faddern som ska kontakta "sin" medlem och "dra med medlemmen" på klubbträffar m.m. Det är alltid svårare att lämna en klubb där man är/har varit aktiv och har kommit in i en gemenskap.
- **Låt medlemmarna "lära känna" styrelsemedlemmarna!** Vågar påstå att 90% av medlemmarna inte vet så mycket om styrelsen. Oftast röstas valberednings förslag igenom på årsmötet utan att medlemmarna egentligen vet så mycket om personerna.
- **Lyssna på medlemmarna!** Var lyhörd även för det som sägs mellan raderna. Vad vill medlemmarna?? Försök så långt det går att ta tillvara på deras idéer.
- **Var aktiv innan årsskiftet.** En notis i medlemstidning, på hemsidan eller bara ett inbetalningskort är inte nog. Personlig kontakt! Medlemmen ska känna att just HANS/HENNES medlemskap är VIKTIGT! Följ upp om någon inte förnyar sitt medlemskap. Även om ni inte kan påverka medlemmen att förnya medlemskapet så kanske ni får viktig information om varför det inte förnyas. Något som har hänt under det gångna året som ni inte tänkt på? Missnöje?

- Tänk på att det bara är uppfödare och utställare som tänker vara aktiva under kommande år som "måste" vara medlemmar (diplomerade uppfödare måste dock vara medlem kontinuerligt för att diplomeringen inte ska upphöra). Alla andra, vad har de för vinning på att vara medlemmar? Formulera det tydligt. En sällskapskattköpare vet inte alltid vad "kattfacktermerna" betyder.
- **Evenemang, evenemang och evenemang!** Fikaträffar en gång i månaden? Studiebesök? Föreläsningar? Royal Canin åker gärna (gratis) ut och föreläser och det finns garanterat många andra som också gör det. En klubbfest per år. Låter det skrämmande? Det behöver inte kosta så mycket som man tror. Men faddern är viktig, för här ska givetvis de nya medlemmarna känna sig varmt välkomna trots att de kanske inte hunnit komma in i "kärngruppen". Tror du förresten att det inte finns någon sådan, oj så fel det är. Som ny medlem uppfattar många säkert att det finns en väl etablerad "kärngrupp". Och det kan vara skrämmande att som ny komma in i en grupp. Eller hur? Känns det igen? Ny på en arbetsplats? Samma känsla...

Det är kanske inte en slump att några av de klubbar som har flest medlemmar är snabba att skicka ut välkomstpaket, har tryckta medlemstidningar och håller medlemmarna informerade om vad som händer i klubben.

Jag gick in som stödmedlem i rätt många klubbar vid årsskiftet. Tyvärr har minst 50% inte hört av sig på något sätt. Trist? Kommer jag förnya stödmedlemskapet nästa år?

Fallgropar!

- **Ellos!** Låter fint när de "kommer ihåg" en födelsedag. Men för att få sin "present" måste man handla för X antal hundra... Eventuella presenter och annat ska delas ut utan motkrav. Min trisslott när jag fyllde år, den kom i ett kuvert på posten tillsammans med en grattishälsning och inget mer. Gör inte misstaget att kräva något i motprestation för den kontakt ni tagit eller den inbjudan ni skickat.
- **Djurens Vänner!** Lägg inte ut information på äldreboenden om hur man skriver testamente med Djurens Vänner som mottagare! Givetvis ska det här omsättas till något som passar just er. Fingertoppskänsla gäller.

Men hur får vi nya medlemmar då?

- Som jag var inne på tidigare, **sprid information om er!** Tryck upp extraupplaga av medlemstidningen och lägg ut på strategiska platser som hos frissan, på vårdcentralen etc. Givetvis ska även alla djuraffärer och veterinärkliniker i området ha några till sina besökare. Alla platser med väntrum är perfekta tidningsutläggningsplatser.
- Tryck upp enklare **informationsfoldrar**. "Gödsla" med dem! 10.000 ex av en A4 i fyrfärg vikt på tre kostar inte alls mycket. VistaPrint tar 8500,00 kr för 10.000 st A4 i fyrfärg vikt på tre med riktigt bra papperskvalité. Finns säkert ett tryckeri i området som kan erbjuda bättre priser mot att få sin logga på foldern.
- **Uppfödarna är klubbens ambassadörer!** Premiera de som värvar sina kattungeköpare att bli medlemmar. Varför ger inte uppfödaren per automatik ett medlemskap? Det är småpengar

egentligen. Tål att fundera på varför de inte redan gör det... Vet de överhuvudtaget om att det är viktigt?

- **Syns!** Pressmeddelanden till dagstidningarna är gratis och de publicerar ofta och gärna materialet. Ny klubbstyrelse, årsmöte, större publika evenemang etc.
Kattens Dag är väl självklart? Men en kattvisning hos en djuraffär på annan tid brukar vara välkommet av både affären och av besökarna. **Samarbeta!** Win-Win! Affären gör ofta med glädje reklam för kattvisningen/propagandautställningen. Affären får in besökare och ni får chans att gratis visa upp medlemmarnas katter (brukar vara populärt hos medlemmarna också) och göra reklam för klubben!
- **Värva medlemmar** på er utställning. Här har ju faktiskt den tänkbara medlemmen redan visat att hon/han är intresserad. Våga ta kontakt med icke-medlemmarna. Det bästa är att få dem att bli medlem på plats. Ett medskickat inbetalningskort glöms ofta bort.
- **Bjud in** allmänheten till klubblokal eller något evenemang. Korv med bröd eller fiskdamm drar garanterat många, det i kombination med att visa upp klubben och katter. Kanske ett happening per kategori? Beror självklart på vilka resurser som finns. Finns en egen klubblokal blir det givetvis lättare att ofta ha sådana tillställningar.

Finns garanterat massvis annat också, tipsa gärna mig så fortsätter jag sammanställa... 😊
david@tuppreklam.se