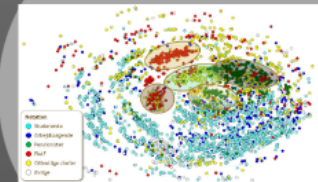


Skru op for medlemmerne

- hvordan Dansk Socialrådgiverforening kan skabe mere værdi gennem medlemsinvolvering og brug af sine medlemsdata



Agenda for medlemsudvalget

- Medlemsudvalget er et vigtigt forum for medlemmerne i foreningen.
- Medlemsudvalget skal sikre, at medlemmerne har mulighed for at påvirke foreningens arbejde.
- Medlemsudvalget skal sikre, at medlemmerne har mulighed for at møde hinanden og foreningens ledelse.
- Medlemsudvalget skal sikre, at medlemmerne har mulighed for at deltage i foreningens aktiviteter.

Verdens bedste medarbejdere

- Verdens bedste medarbejdere er dem, der er engagerede og motiverede.
- Verdens bedste medarbejdere er dem, der har mulighed for at udvikle sig og lære nyt.
- Verdens bedste medarbejdere er dem, der har mulighed for at samarbejde med andre og opnå succes sammen.

Den sociale organisation

- Den sociale organisation er en organisation, der har til formål at skabe positiv social forandring.
- Den sociale organisation er en organisation, der er baseret på værdier som åbenhed, respekt og samarbejde.
- Den sociale organisation er en organisation, der har mulighed for at skabe værdi for alle.

Agenda for strategisk ledelse

- Hvad vil jeg nå, og hvor langt vil jeg nå det? (SD)
- De vigtigste succesfaktorer? (1-3 udvalgte)
- Hvordan og hvordan gennemføres?
- Hvordan sikres succes med mål- og indsatsmæssig klarhed? Hvordan måles succes af arbejdet?

CS Skudskov

- Skudskov er en af de mest succesfulde virksomheder i Danmark.
- Skudskov er en af de mest succesfulde virksomheder i Danmark.
- Skudskov er en af de mest succesfulde virksomheder i Danmark.



Medlemsudvalget

- Medlemsudvalget er et vigtigt forum for medlemmerne i foreningen.
- Medlemsudvalget skal sikre, at medlemmerne har mulighed for at påvirke foreningens arbejde.

Medlemsudvalget

- Medlemsudvalget er et vigtigt forum for medlemmerne i foreningen.
- Medlemsudvalget skal sikre, at medlemmerne har mulighed for at påvirke foreningens arbejde.

Medlemsudvalget

- Medlemsudvalget er et vigtigt forum for medlemmerne i foreningen.
- Medlemsudvalget skal sikre, at medlemmerne har mulighed for at påvirke foreningens arbejde.

Medlemsudvalget

- Medlemsudvalget er et vigtigt forum for medlemmerne i foreningen.
- Medlemsudvalget skal sikre, at medlemmerne har mulighed for at påvirke foreningens arbejde.

Skru op for medlemmerne

Hierarkiet (den formelle organisation)

1. Fast struktur (stående udvalg, funktionssupplert)
2. Hierarkisk organiseret (forfatningsgæng)
3. Placering i organisationsdiagrammet
4. Den højere sag, interessevaretagelsen
5. Forudbestemt dagorden (forudsigelig)
6. Få, tunge/komplekse og dyre transaktioner
7. Effektive bestemmelser og tilførelser, netad
8. Diversitet (fagligheden sætter ind)
9. Planlægning og struktur i processen
10. Bureaucratisk ansvar og delegering
11. Gennemprøvede administrative systemer
12. Evidensbaseret viden
13. Ansatte specialister, eksperter
14. Intern og lav viden i søjer, lukket kred
15. Og sig dem vi servicere (oplysnere)
16. Problemløsning med fokus på kvalitet
17. De betaler for os (de skal servicere)
18. Fælles historie, den gode sag
19. Betaling (den) og straf (fyring)



- hvordan Dansk Socialrådgiverforening kan skabe mere værdi gennem medlemsinvolvering og brug af sine medlemsdata



Landsdækkende kampagne i 2011

- Topstyring fra København
- Aktive medlemmer som praktiske grise
- Dårlig timing

BIBLIOTEKAR FAG I UDVIKLING!

Landsdækkende kampagne i 2011

- Topstyring fra København
- Aktive medlemmer som praktiske grise
- Dårlig timing

lagttagelser fra kampagnerne

- Klart formål med involveringen
- Det er en meningsfuld opgave for dem
- Oplevelse af et fællesskab, der gør forskel – og de bliver mødt positivt
- Frivilligt - de er frie, flexible, motiverede, kreative – og glade - og kan altid træde ud - hvad hvis de var ansatte?
- De ønsker ikke at deltage, hvis de blot

hvad hvis de var ansatte:

- De ønsker ikke at deltage, hvis de blot spændes for en vogn
- Flygtige roller for den enkelte – virker et år, ikke nødvendigvis det andet
- Samler BF op på disse aktives indsats dette ene år? Kortlægger de indsatsen og de aktive?
- Betyder denne lille kampagne noget – kan ikke blæses op (tænk 3F op til valget)?



C3 Studerende

- Studenterorganisation med 100-150 aktive. Selvrekrutteret.
- 1 ansat.
- SICEF, 'Doing Business in...', virksomhedspræsentationer, rekruttering med sponsorater m.m.
- Aktivt fællesskab på handelshøjskolerne
- Bruge erfaringer med projektledelse, salg, marketing, ledelse, HR i deres karriere
- 30-50 aktive bruger deres liv dertil

Fra frivilligt aktive til aktive

- Klassiske frivilligt aktive medlemmer bakker op om sagen og modellen (Tillidsrepræsentanter, sikkerhedsrepræsentanter, politikere)
- Bibliotekarerne og de C3-aktive m.fl. omkring et formål og fælles og egne interesser
- Ikke alle melder sig til at blive frivilligt aktive - men netværket af aktive er overalt...



Typer af værdiskabelse for det aktive medlem

De klassiske roller og funktioner

- Forhandlinger på arbejdsplads
- Deltagelse i det politiske liv
- Aktiviteter skabt af frivillige
- Rekruttering gennem frivillige

Andre former for værdiskabelse for aktive medlemmer

- Rekruttering gennem frivillige

Andre former for værdiskabelse for aktive medlemmer

- Bedre og andre bud på karriere, løn (tips og tricks), referencer, netværk til virksomheder, brug af sociale medier
- Betydningsfulde relationer til andre medlemmer (politiske, karriere- eller forretningsmæssige)
- Adgangen til fundraising
- Forretningsmuligheder gennem organisationen eller andre medlemmer
- Personlige kompetencer ift. innovation, netværk, ledelse, organisering osv.
- Opmærksomhed og loyalitet

Netværket (den uformelle organisation)

1. Løs struktur (midlertidig, opgavebestemt)
2. Selv-organiseret gennem relationer
3. Omdømme i netværk
4. Klart og direkte formål med deltagelsen
5. Enkel og fleksibel dagsorden (Uforudsigelig)
6. Mange og hurtige transaktioner (lave omkostninger)
7. Diffuse beslutningsgange (flere steder)
8. Konsensus (vi gør det!)
9. Aktualitet i dagsorden (real time)
10. Bruger hinanden og relationer uformelt
11. Simple midler til at understøttelse af udvikling
12. Åben information (tilgængelighed)
13. Anerkendte erfaringer og kompetencer i netværket
14. Transparent deling af viden mellem alle
15. Fælles viden og ansvar (symmetri)
16. Det unikke produkt med fokus på innovation og resultat
17. Identifikation (det er vi selv)
18. Dedikation, passion, overskud
19. Indflydelse og anerkendelse.

Netværket (den uformelle organisation)

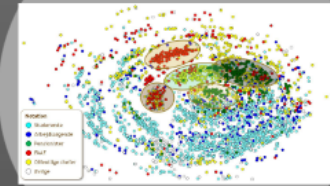
1. Løs struktur (midlertidig, opgavebestemt)
2. Selv-organiseret gennem relationer
3. Omdømme i netværk
4. Klart og direkte formål med deltagelsen
5. Enkel og fleksibel dagsorden (Uforudsigelig)
6. Mange og hurtige transaktioner (lave omkostninger)
7. Diffuse beslutningsgange (flere steder)
8. Konsensus (vi gør det!)
9. Aktualitet i dagsorden (real time)
10. Bruger hinanden og relationer uformelt
11. Simple midler til at understøtte af udvikling
12. Åben information (tilgængelighed)
13. Anerkendte erfaringer og kompetencer i netværket
14. Transparent deling af viden mellem alle
15. Fælles viden og ansvar (symmetri)
16. Det unikke produkt med fokus på innovation og resultat
17. Identifikation (det er vi selv)
18. Dedikation, passion, overskud
19. Indflydelse og anerkendelse.

Hierarkiet (den formelle organisation)

1. Fast struktur (stående udvalg, funktionsopdelt)
2. Hierarkisk organiseret (forretningsgange)
3. Placering i organisationsdiagrammet
4. Den højere sag. Interessevaretagelsen
5. Forudbestemt dagsorden (forudsigelig)
6. Få, tunge/komplekse og dyre transaktioner
7. Effektive beslutninger og delegeringer nedad
8. Diversitet (fagligheden sætter ind)
9. Planlægning og struktur i processen
10. Bureaukratisk ansvar og delegering
11. Gennemprøvede administrative systemer
12. Evidensbaseret viden
13. Ansatte specialister, eksperter
14. Intern og tavs viden i søjler, lukket kreds
15. Os og dem vi servicerer (asymmetri)
16. Problemløsning med fokus på kvalitet
17. De betaler for os (de skal servicerer)
18. Fælles historie, den gode sag
19. Belønning (løn) og straf (fyring)

Skru op for medlemmerne

- hvordan Dansk Socialrådgiverforening kan skabe mere værdi gennem medlemsinvolvering og brug af sine medlemsdata



Agenda for medlemsmødet

- 1. Velkommen og introduktion
- 2. Medlemsindsigt og medlemsdata
- 3. Medlemsinvolvering og medlemsoplevelse
- 4. Medlemsret og medlemsforhold
- 5. Medlemskommunikation og medlemsengagement
- 6. Medlemsret og medlemsforhold
- 7. Medlemsret og medlemsforhold
- 8. Medlemsret og medlemsforhold

Medlemsret og medlemsforhold

- 1. Medlemsret og medlemsforhold
- 2. Medlemsret og medlemsforhold
- 3. Medlemsret og medlemsforhold
- 4. Medlemsret og medlemsforhold
- 5. Medlemsret og medlemsforhold
- 6. Medlemsret og medlemsforhold
- 7. Medlemsret og medlemsforhold
- 8. Medlemsret og medlemsforhold

Den sociale organisation

- 1. Den sociale organisation
- 2. Den sociale organisation
- 3. Den sociale organisation
- 4. Den sociale organisation
- 5. Den sociale organisation
- 6. Den sociale organisation
- 7. Den sociale organisation
- 8. Den sociale organisation

Agenda for strategisk ledelse

- 1. Hvad vil jeg nå, og hvor kommer jeg hen? (LSD)
- 2. De vigtigste succesfaktorer? - Et billede, der siger...
- 3. Processer og metoder: gennemførelse
- 4. Succesfaktorer i sociale organisationer med mål- og indsatsmæssig klarhed
- 5. Konkrete målsætninger af succes

CS Skudskov

- 1. CS Skudskov
- 2. CS Skudskov
- 3. CS Skudskov
- 4. CS Skudskov
- 5. CS Skudskov
- 6. CS Skudskov
- 7. CS Skudskov
- 8. CS Skudskov



Medlemsindsigt og medlemsdata

- 1. Medlemsindsigt og medlemsdata
- 2. Medlemsindsigt og medlemsdata
- 3. Medlemsindsigt og medlemsdata
- 4. Medlemsindsigt og medlemsdata
- 5. Medlemsindsigt og medlemsdata
- 6. Medlemsindsigt og medlemsdata
- 7. Medlemsindsigt og medlemsdata
- 8. Medlemsindsigt og medlemsdata

Medlemsinvolvering og medlemsoplevelse

- 1. Medlemsinvolvering og medlemsoplevelse
- 2. Medlemsinvolvering og medlemsoplevelse
- 3. Medlemsinvolvering og medlemsoplevelse
- 4. Medlemsinvolvering og medlemsoplevelse
- 5. Medlemsinvolvering og medlemsoplevelse
- 6. Medlemsinvolvering og medlemsoplevelse
- 7. Medlemsinvolvering og medlemsoplevelse
- 8. Medlemsinvolvering og medlemsoplevelse

Medlemsret og medlemsforhold

- 1. Medlemsret og medlemsforhold
- 2. Medlemsret og medlemsforhold
- 3. Medlemsret og medlemsforhold
- 4. Medlemsret og medlemsforhold
- 5. Medlemsret og medlemsforhold
- 6. Medlemsret og medlemsforhold
- 7. Medlemsret og medlemsforhold
- 8. Medlemsret og medlemsforhold

Medlemskommunikation og medlemsengagement

- 1. Medlemskommunikation og medlemsengagement
- 2. Medlemskommunikation og medlemsengagement
- 3. Medlemskommunikation og medlemsengagement
- 4. Medlemskommunikation og medlemsengagement
- 5. Medlemskommunikation og medlemsengagement
- 6. Medlemskommunikation og medlemsengagement
- 7. Medlemskommunikation og medlemsengagement
- 8. Medlemskommunikation og medlemsengagement

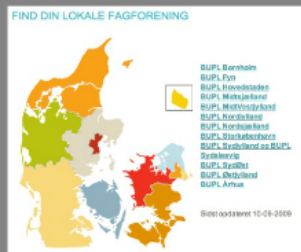
e værdig

A d g a n g

L e v e r a n c e

Sæt kryds

Aktiv modstand



- Ressourcetilpasninger – få styr på omkostningerne og bundlinjen - men færre ressourcer til nye tiltag
- Procesoptimeringer, hvor vi presser kompetencer og faglighed for flere services og for mere synlighed - men det bliver til rutiner, ikke innovation
- Organisationerne koncentrerer magten, ressourcerne og initiativerne i topledelsen. Men dermed kodificeres værdierne i toppen, og de omsættes i defensive initiativer.
- Rivaliseringer, hvor vi bliver større gennem optagelse af nye typer medlemmer og organisationer - men kagen bliver mindre

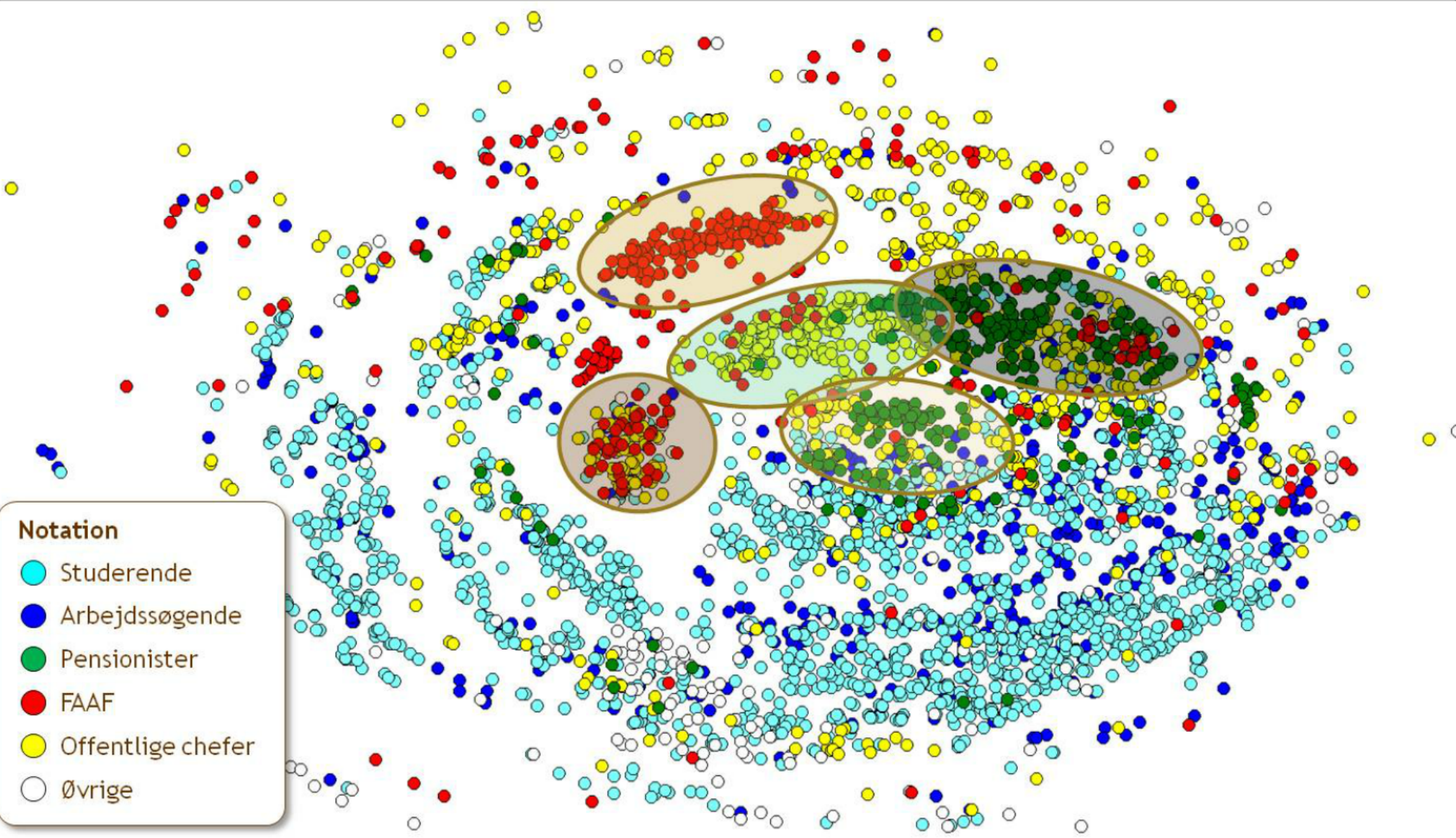
Mine interesser
"jeg vinder"

Dine interesser
"du taber"

Nulsumskonkurrence

Hvordan ser I tegn på aktiv modstand i DS?





- Notation**
- Studerende
 - Arbejdssøgende
 - Pensionister
 - FAAF
 - Offentlige chefer
 - Øvrige

Analyse af medlemsadfærden

Lytte til medlemmerne

- Hvordan er medlemmernes adfærd ift. service og andre medlemmer
- Relationen mellem de forskellige aktiviteter

Tilpasning af serviceleverancerne

- Tilpasse indsatser til de enkelte medlemmer (mass customization)
- Modulære serviceleverancer - ikke længere 'alt til alle'
- Medlemmet gør det selv - Trigger-baseret aktiviteter

MASS CUSTOMIZATION

Mass customization is "producing goods and services to meet individual customer's needs with near mass production efficiency".

Don't restrict yourself to just asking for what you see on our website. Tell us what you'd ideally like. We'll usually do it for you.





Den sociale
organisation

Vision (interaktion)

Strategi (værdi)

Tilpasning af
organisationen

Værdiskabelse i netværket mellem medlemmerne

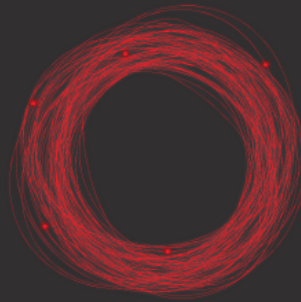
- **Værdi skal konkretiseres**
 - **Værdi skal måles**
 - **Værdi er komplekst**
- **Aktuel viden** om, hvad der rører sig i medlemssegmenterne, hos medlemmet og om relationer i og uden for medlemsgruppen
 - Direkte salg
 - **Indirekte salg** og gennem kontakter til relationer og andre medlemmer
 - **Reduktion i omkostninger** via proaktiv og målrettet tilbud om service og ved samarbejde om værdiskabelse
 - Direkte viden og kompetencer fra medlemmerne
 - Indirekte støtte og inspiration til udvikling og innovation
 - **Nye ambassadører** – 'prospects' i periferien
 - Øget opmærksomhed og tilstedeværelse blandt medlemmerne
 - **Øget loyalitet hos medlemmerne**, hvis indsatsen understøtter opbygningen af kritisk masse og af kritisk vigtige medlemsrelationer i stedet for et højere medlemstal
 - Flere medlemmer tiltrækkes af fællesskabet og via identifikationen med indsatserne og aktiviteterne
 - **Stærkere position** i branchen fordi andre organisationer ikke vil kunne 'kopiere' de tætte relationer til medlemmerne på samme måde som andre hurtigt kan følge efter med en bestemt, ny service
 - Stærkere brandfællesskab som organisationernes udbud af services ikke kan give alene

Agenda for strategisk ledelse

- Hvad vil I opnå, og hvor ligger udfordringerne i DS?
- De vigtigste kampe mod succes?
 - TR-aktive?, de unge?
- Processer og ressourcer gentænkes
- Symmetri - trække medlemmerne med ind - og ledelsesmæssig åbenhed
- Konstante målinger af effekt

CARSTEN LÊ MADSEN

FOR MEDLEMMERNES SKYLD



STRATEGISK LEDELSE AF FAGLIGE ORGANISATIONER

GYLDENDAL BUSINESS

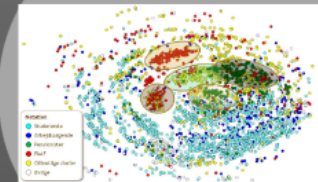
carstenmadsen@gmail.com

clm@cok.dk

[linkedin.com/in/carstenmadsen](https://www.linkedin.com/in/carstenmadsen)

Skru op for medlemmerne

- hvordan Dansk Socialrådgiverforening kan skabe mere værdi gennem medlemsinvolvering og brug af sine medlemsdata



Agenda for medlemsudvalget

- Medlemsudvalget er et vigtigt forum for medlemmerne i foreningen.
- Medlemsudvalget skal sikre, at medlemmerne har mulighed for at påvirke foreningens arbejde.
- Medlemsudvalget skal sikre, at medlemmerne er involveret i foreningens arbejde.

Verktøjer til styring af medlemsdata

- CRM-systemer
- Dataanalyse
- Medlemsportaler

Den sociale organisation

- Hovedformålet med den sociale organisation er at skabe værdi for medlemmerne.
- Den sociale organisation skal sikre, at medlemmerne har mulighed for at påvirke foreningens arbejde.

Agenda for strategisk ledelse

- Hvad vil jeg nå, og hvor længe?
- Hvilke aktiviteter skal jeg gøre?
- De vigtigste succesfaktorer?
- Et budskab, der betyder noget?
- Processer og metoder til gennemførelse
- Supplerende initiativer med mere tid- og indsatsforbrug
- Et budskab, der betyder noget?

CS Skudskov

- Skudskov er en af de mest succesfulde CS'er i Danmark.
- De har fokus på at skabe værdi for medlemmerne.
- De har investeret i teknologi og dataanalyse.
- De har fokus på at skabe en god brugeroplevelse.



Medlemsengagement

- Medlemsengagement er et vigtigt aspekt af medlemsinvolvering.
- Det handler om at gøre medlemmerne aktive og involverede i foreningens arbejde.

Medlemsdataindsamling

- Medlemsdataindsamling er et vigtigt aspekt af medlemsinvolvering.
- Det handler om at sikre, at medlemmerne har mulighed for at dele deres data med foreningen.

Medlemsaktiviteter

- Medlemsaktiviteter er et vigtigt aspekt af medlemsinvolvering.
- Det handler om at skabe aktiviteter, der giver medlemmerne mulighed for at møde hinanden og foreningen.

Medlemskommunikation

- Medlemskommunikation er et vigtigt aspekt af medlemsinvolvering.
- Det handler om at sikre, at medlemmerne er oplyst og involveret i foreningens arbejde.