



## Motion 3

### Stärk rekryteringen av nya medlemmar genom samarbete med branschföreningarna

#### Inlämnad av

Byggcheferna och Ledarna Teknik & Motor

#### Bakgrund

Byggcheferna ser en stor potential för en effektivare medlemsrekrytering genom ett närmare samarbete mellan Ledarna och branschföreningarna. Vi ser vår förening som ett exempel som vi tror kan användas för fler branscher med målet att öka rekryteringen totalt sett till Ledarna.

Ledarna har som rekryteringsstrategi valt att fokusera på volym och därmed i huvudsak välja de enklaste vägarna för att nå tillväxt för hela Ledarna. Byggcheferna håller med om att det är en klok strategi men den behöver kompletteras med strategier för branschtillväxt och fördjupad kunskap om tillväxtpotentialen i varje bransch.

Vi menar att även branschföreningarna har kunskap om var tillväxtpotentialen finns och hur nya medlemmar kan attraheras till Ledarna. Det kan t ex handla om att knyta medlemsrekryteringen närmare branschföreningens aktiviteter, närvaro i sociala medier och påverkansarbete.

I samhällsbyggnadssektorn arbetar ca en halv miljon människor. Trots en stark tillväxt i sektorn, som i sina delar haft högkonjunktur de senaste 10 åren, och en tidigare positiv medlemsutveckling, står antalet medlemmar i Byggcheferna sedan en tid still. I vissa fall har det även sjunkit.

Medlemsrekrytering är livsnerven i Ledarna och i alla branschföreningar. För Byggcheferna är den viktig också för att vi ur ett avtalshänseende inte ska tappa ytterligare i position gentemot Sveriges Ingenjörer och Unionen. Det är ju ett medlemskap i Ledarna som bäst tar hand om alla chefers intressen.

Medlemsantalet är dessutom en viktig förutsättning för att Byggcheferna ska behålla den starka position som samhällsbyggnadschefernas röst som många års opinionsbildning givit oss. En position som bara under 2019 lett till ett möte med bostadsministern, ett med arbetsmarknads-departementet, att myndigheten Boverket tillsatt resurser för att utforska ledarskapets betydelse för branschen och ett antal inbjudningar att delta i tongivande möten och seminarier där branschens makthavare träffas.

Redan till Ledarnas kongress 2018 motionerade Byggcheferna (motion nr 23, "Vikten av rekryteringssamarbete mellan föreningarna och förbundet") om en lösning till den sviktande medlemsrekryteringen i vår bransch. Motionen fick bifall men har i praktiken ännu inte lett till ett tillfredsställande resultat.

Ett exempel på rekryteringspotentialen i ett samarbete mellan förbundet och föreningarna rör hur vi målgruppsanpassar och därmed säkerställer att chefer som via webben ansöker om medlemskap i Ledarna kan välja en branschtillhörighet som stämmer överens med deras verklighet. Enligt stadgarna ska Byggcheferna samla alla chefer inom samhällsbyggnadssektorn men långt ifrån alla chefer som leder och organiserar byggprojekt skulle hålla med om att de arbetar i byggbranschen vilket är det enda alternativ som idag erbjuds i den rullista som den intresserade chefen ska ange på Ledarnas rekryteringswebb.

Det i sin tur leder till att medlemmen kanske inte hamnar i den förening som ger chefen bästa möjliga relevans i sitt medlemskap från respektive branschförening. Helt avgörande om vi vill säkerställa att vi behåller medlemmen över tid. Kanske innebär det att man istället tecknar medlemskap i Sveriges Ingenjörer eller Unionen som ytligt sett verkar stämma bättre överens med chefens bransch och intressen.

Ett annat exempel på potentialen på området rör alla de möjligheter till målgruppsanpassning som är möjlig om respektive branschförenings aktiviteter, närvaro i sociala medier och påverkansarbete nyttjas i Ledarnas digitala sälj- och marknadsföring. Vi ser också en potential i en förfinad analys av medlemsdata.

Medlemsrekrytering är en fråga som måste utvecklas till att omfatta samtliga branscher inom Ledarna så att vi blir mer strategiska än att bara se till en numerär ökning totalt. Byggcheferna vill därför se en strategi för samtliga branschers tillväxt och ett samarbete med föreningarna för att nå uppsatta mål.

### **Byggcheferna och Ledarna Teknik & Motor yrkar att kongressen beslutar**

- att** Ledarna får i uppdrag att fram till kongressen 2022 förbättra rekryteringsprocessen så att medlemmen kommer till den branschförening som bäst motsvarar medlemmens intressen
- att** Ledarna senast vid kongressen 2022 formulerar skarpa mål och strategier för tillväxt i respektive bransch
- att** Ledarna inleder ett nära samarbete med branschföreningarna för att nå full potential i rekryteringsarbetet med redovisning av resultatet senast vid kongressen 2022

## **Motionssvar**

### **Förbundsstyrelsens yttrande**

Motionärerna adresserar frågan om Ledarnas medlemsrekrytering och samarbetet mellan kansliet och branschföreningarna i rekryteringsprocessen.

Förbundsstyrelsen värdesätter motionärernas engagemang i att Ledarna ska växa och nå fler chefer. Förbundsstyrelsen kommer att verka för en effektivare dialog mellan föreningarna och Ledarnas kansli i allmänhet och mellan motionärerna och Ledarnas rekryteringsorganisation i synnerhet.

Ledarna har sedan början av 2000-talet bedrivit en aktiv medlemsrekrytering/försäljning. Bakgrunden till det är att Ledarna i slutet av 1990-talet insåg att en stor del av medlemsstocken skulle lämna under de första 10 åren

på 2000-talet. Ledarna hade en övervägande del av sina medlemmar födda på 40-talet, vilket innebar att dessa skulle lämna som pensionärer. På grund av detta bestämde Ledarna sig för att börja med aktiv försäljning av medlemskap. Ett ganska kontroversiellt beslut, både internt och externt, på den tiden var det inget förbund som gjorde detta, man hade de medlemmar man hade, fick dom man fick och tappade dom man tappade. Ledarna började bygga upp en säljavdelning i egen regi med ett antal personer som satt och ringde potentiella medlemmar. Döm om allas förvåning då detta rönnte otroliga framgångar. Detta innebar att Ledarna i mitten av 2000-talet, tecknade avtal med några externa partners, som skulle jobba i Ledarnas namn ur ett rekryteringsperspektiv, vilket också visade sig vara väldigt lyckosamt.

Idag har vi ett väl intrimmat rekryteringsarbete med tre externa partnerbolag som jobbar i Ledarnas namn. De jobbar, som vi säger, helt kallt. Det innebär att det inte finns någon som helst indikation på att cheferna på de arbetsställen som kontaktas skulle vara intresserade av ett medlemskap utan säljaren ringer och väcker frågan. Partnerbolagen jobbar utifrån arbetsställen, vilket innebär att de får arbetsställen tilldelade till sig. Dessa kartläggs av säljaren, för att identifiera vilka chefer/ledare som finns på arbetsplatsen och sedan ringer säljaren och bearbetar dessa personer ur ett rekryteringsperspektiv. De arbetsställen vi tilldelar säljbolagen kommer från en adressdatabas över Sveriges företag och vi jobbar igenom adressdatabasen under en period om 18 - 24 månader, för att sedan börja om igen. Vi delar ut arbetsställena i två olika grupper utifrån antalet anställda, 10 - 19 är en grupp och den andra är 20 anställda och uppåt. Varje tilldelning innehåller arbetsställen från samtliga branscher inom ett angivet geografiskt område.

På detta sätt, jobbas alla företag i Sverige igenom konstant över tid, då vi vet att det kommer nya chefer/ledare under denna period. Detta gäller även Sveriges Kommuner och Regioner.

Av erfarenhet vet vi att detta är det mest effektiva sättet att täcka samtliga företag och organisationer i Sverige. Vi har av och till testat att utgå ifrån bransch. Problemet är då att säljarna bara jobbar i en och samma bransch och vi vet att vissa branscher är lättare, resp. svårare att rekrytera i, vilket gör att vår försäljning kommer bli extremt "ryckig". Vissa perioder kommer vi ha jättebra försäljning och vissa perioder nästan ingenting, vilket kommer påverka moralen och engagemanget hos säljarna då vi kommer till branscher som är svårare.

Vi har även en egen säljavdelning som består av 5 säljare som jobbar (konverterar) de tips/leads som kommer in till Ledarna via olika kanaler, främst digitalt men även tips från företrädare och en och annan via telefon. Vi arbetar aktivt med att driva in trafik till vår hemsida via olika kanaler, där vi har olika kampanjer för chefer. I utbyte mot att dessa besökare får göra en mindre del av "lönekollen", får dom lämna ifrån sig namn, mailadress och telefonnummer. Utifrån dessa uppgifter kontaktar våra säljare personerna, för att se om det kan finnas intresse av ett medlemskap. Säljarna har också kontakt med en hel del av företrädare på de större arbetsplatserna, för att stötta och hjälpa dessa i deras rekryteringsarbete.

Totalt genererar ovan beskrivna säljarbete ca 10 000 nya medlemmar varje år.

Så länge den potentiella medlemmen är anonym för oss, d v s innan vi har uppgifter om var hen arbetar, använder vi enbart Ledarnas övergripande säljargument och erbjudande. När en säljare kommer i kontakt med den potentiella medlemmen kan kommunikationen/samtalet utgå från den bransch vari hen arbetar och då är det viktigt att det finns ett tydligt branscherbjudande också. Även om hen jobbar i en viss bransch idag så är det upp till medlemmen att välja vilken branschförening hen vill identifiera sig med och vara medlem i. Alla säljare, både egna och via partners, rådgör alltid med medlemmen vilken branschförening som är mest relevant utifrån de riktlinjer som tagits fram i samråd med respektive förening men till sist är det medlemmen som avgör. Ju mer tydligt och relevant branscherbjudandet är desto mer underlättar det för en ny medlem att välja rätt förening.

När den potentiella medlemmen ansöker om medlemskap digitalt är det upp till hen att hitta relevant tillhörighet utifrån bransch i en rullist. Rullisten kan inte vara för lång och detaljerad för då tappar vi den potentiella medlemmen eftersom tålmodet tryter (detta har vi analyserat noga). Men vi ser kontinuerligt över och förbättrar de branscher som ska finnas där.

För att stärka säljargumenten i de branscher som finns representerade inom Ledarnas föreningar ska vi tillsammans med respektive förening skapa större kännedom om föreningens branscherbjudande, se över aktuella titlar som är hör hemma i föreningen och ta fram en strategi för tillväxt med konkretiserade mål för detta.

Arbetet ovan ska utvärderas och rapporteras senast till kongressen 2022.

### **Förbundsstyrelsen föreslår att kongressen beslutar**

- att** bifalla den första att-satsen
- att** anse den andra att-satsen besvarad
- att** anse den tredje att-satsen besvarad
- att** Ledarnas rekryteringsarbete utvärderas och rapporteras till kongressen 2022