



KNVVI

Beleidsraad

Agendapunt 29 maart 2018

Input discussie

Onderwerp: LedenWerving

Datum: maart 2018

Versie: conceptconcept

Schrijver: Pieter van den Ende

Regio Limburg

Inhoud

Inleiding.....	2
Achtergrond.....	2
Feiten.....	3
Levenscyclus van een lidmaatschap.....	4
De pijlers.....	5
Doen / Acties.....	6
Bijlages.....	8

Inleiding

Dit stuk proza is bedoeld als input voor onze KNVI beleidsraad van 29 maart 2018.

Om een gerichte beleid te voeren over ledenwerving (een vast agenda punt) hebben we op de beleidsraad van 27 januari 2018 afgesproken dat ik samen met een aantal andere leden, een voorzet geef als kader voor een inhoudelijke behandeling.

Bij deze. Met dank voor de input van lemke, P.P., Frank, Gerard, Marjo, Peter, Jolanda, Sandra en Jacques.

Het doel van dit document is om te komen tot **ACTIES** op basis van een gedragen KNVI beleid.

In de beleidsraad van 29 maart 2018 presenteer ik dit stuk graag om het onderwerp te bespreken en verbeteringen te verwerken. Waarna de actielijst bepaald wordt en afspraken komen over een voortgangscontrole hierop.

We moeten LedenWerving regelmatig samen tegen het licht houden om deze optimaal te kunnen uitvoeren, te meten, aan te scherpen, te verbeteren en te veranderen.

Waarom moeten wij als KNVI hier contiNU aandacht aangeven?

- ★ Er is te duidelijk weinig aandacht voor ledenWerving en vooral ledenBehoud
- ★ Wij verliezen teveel leden.
- ★ Dit is een uitdaging voor heel KNVI.

Achtergrond

Leden zijn onze enige waarde.

Het is daarom verbazingwekkend (dom?) dat er op dit moment weinig tot geen zichtbare acties zijn binnen onze vakvereniging om leden te werven c.q. te behouden.

Onze KNVI is niet unsinkable. Leden komen niet zomaar uit de lucht vallen en ze blijven ook niet zomaar.

Kern van de oplossing is **ANTITITANIC** gedrag.

Dat is gericht, hard en plezierig samenwerken aan onze vakvereniging om het drijfvermogen, de manoeuvreerbaarheid en de kracht te verbeteren.

De hoeveelheid aan activiteiten binnen onze club/hub is groot, sterk en divers. En dat is zeker een goede basis om leden te behouden, maar het is blijkbaar geen garantie dat dit zorgt dat leden blijven. En zeker niet om voldoende nieuwe leden te werven.

Een quote:

“Dus rendeert op dit moment het netwerk onvoldoende, terwijl een toegankelijker website/MijnKNVI en profielpagina al wonderen zou doen; het uitbuiten van ons grote en sterke netwerk: we weten nu niet wie wat doet, welke ervaring, kennis, competenties, interesses enz.”

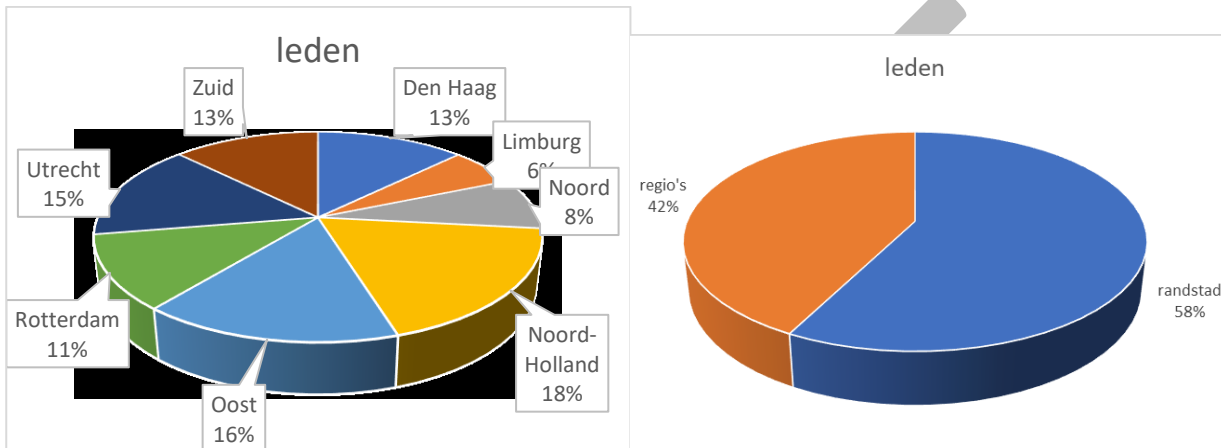
Er zijn zeker al lopende en werkende activiteiten om leden te werven, laat die vooral doorgaan (!) Het gaat mij erom dat de zichtbaarheid, de hoeveelheid, de vorm en de doelmatigheid hiervan wordt vergroot.

Iedereen binnen onze KNVI heeft een rol om leden te werven en te houden, in volgorde van belang: de bestuurders van Regio's, Afdelingen en SIGs, de actieve leden, de beleidsraad, het verenigingsbureau en het hoofdbestuur.

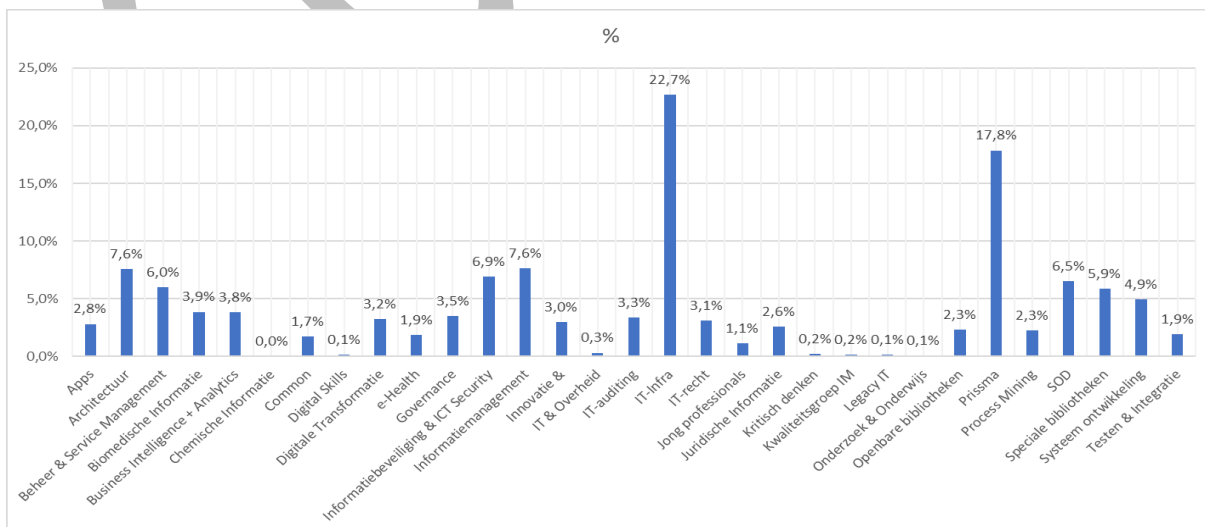
Feiten

Om uit te gaan van de zelfde feiten (status 1 maart 2018) over de leden van de KNVI heb ik wat cijfers van MOS en Ledennet op een rij gezet. Dit is op dit moment het beschikbare/haalbare (ohne gewähr) .

- ★ **Totaal aantal leden per 1 maart 2018:** **3.922**
- ★ **Waarvan te onderkennen zijn (op basis van de huidige contributie):**
 - Institutioneel: 297
 - Werkzoekenden: 29
 - Studenten: 314
 - Ereleden: 17
 - Gepensioneerden: 42
- ★ **Aantal opzeggingen per 31 december 2017:** **-703**
- ★ **Aantal opzeggingen per 31 december 2018 op dit moment:** **-143**
- ★ **Aantal nieuwe leden sinds 1 januari 2017:** **+295**
- ★ **Uitstroom over 14 maanden dus:** **-551**



- ★ **Op dit moment zijn er twee vormen van lidmaatschap:**
 - persoonlijk lidmaatschap en institutioneel lidmaatschap (vanuit vorige KNVI)
- ★ **Daarnaast zijn er aantal variaties in contributie (b.v. kortingen)**
 - collectief lidmaatschap (persoonlijk, verzamelfactuur > 5 medewerkers),
 - studentlidmaatschap (gratis),
 - erelidmaatschap (gratis),
 - jongeren (<27),
 - werkzoekenden,
 - gepensioneerden.
 - Losse contributies (van instanties).
- ★ **Demografische samenstelling:**
 - Demografische kenmerken zijn **nauwelijks** te geven.
 - Wij hebben bij de meeste leden **geen zicht** op de leeftijd of de opleiding.
 - Het aantal vrouwelijke leden is minder dan **¼ (kwart)** van het totaal (onderbouwde schatting).



Overzicht Afdeling/SIGs vanuit LedenNet (bij het verzamelen bleek dat deze data op diverse onderdelen niet klopt!; aan het herstel wordt, door een aantal actieve leden, hard gewerkt op dit moment).

Levenscyclus van een lidmaatschap

Tijdens de verschillende fases van een leven van een KNVI lid zijn er andere benaderingen en een verscheidenheid aan te gebruiken methoden en technieken.

Het gaat om de balans in **werven** en **binden/behouden** en netjes **afscheid nemen** (liefst niet).

Er is geen tovermiddel, wel heel praktische taken en hulpmiddelen. Het is zoeken naar de balans.

Levensfase	Benadering(en)	Methode(n) en technieken
Suspects (potentiele leden)	(Naam)bekendheid, bij bedrijven en Uni/HBO/MBO, met externe activiteiten, profileren, <i>zoekt en gij zult vinden</i>	Geluid maken, zichtbaarheid, adverteren, (social)media, reminders
Prospect (persoon bekend)	Benaderen (<i>kijk eens hoe fijn/leuk/mooi/interessant onze KNVI is</i>), <i>kom eens kijken</i>	Flyers, aanspreken, presentatie, reminders, infosets R/A/S
Lead (heeft interesse)	Werven, overhalen, uitnodigen, wijzen op aanmeldpagina, binnenhalen, <i>doe ook mee</i>	Voordelen, website aanmeld proces, snuffellidmaatschap
Lid (heeft zich aangemeld)	Intake, begeleiden, aandacht (<i>kan ik nog iets voor jou doen?</i>)	Website, instructies, profiel, Regio/Afd/SIG, intro-kits per R/A/S
Lid (actief)	Binden, Support, aanmoedigen, complimenteren (<i>goeh gedaan joh!</i>)	R/A/S bestuur, landelijk bestuur, budget, tijd aandacht
Lid (passief)	Kietelen, binden, stimuleren, extra aandacht, (<i>waarom kom jij niet een keer?</i>)	Persoonlijk uitnodigen, vragen, verslagen sturen, foto's, filmpje
Lid (twijfelend)	Vragen (<i>wat zit jou dwars</i>), helpen, extraextra aandacht, activeren	Checklist, vragenlijst, communiceer, luister/doorvragen
Lid (zegt op)	Benaderen, bespreken, oplossen, overhalen, vragen, <i>niet doen joh, blijf</i>	Enquête, gegevens, verzamelen <u>direct</u> na opzegging
Ex-lid	Positief contact houden, blijven uitnodigen, <i>we houden contact</i>	Email lijst, waarom weggegaan? Zijn er meer? (analyse), R/A/S taken
Boos Ex-lid	Met rust laten, <i>jammer!</i> , geen discussie	Reden vertrek analyseren, voorkomen dat dit te vaak gebeurd

Per type (kandidaat of ex) leden een verfijnde benadering toepassen.:

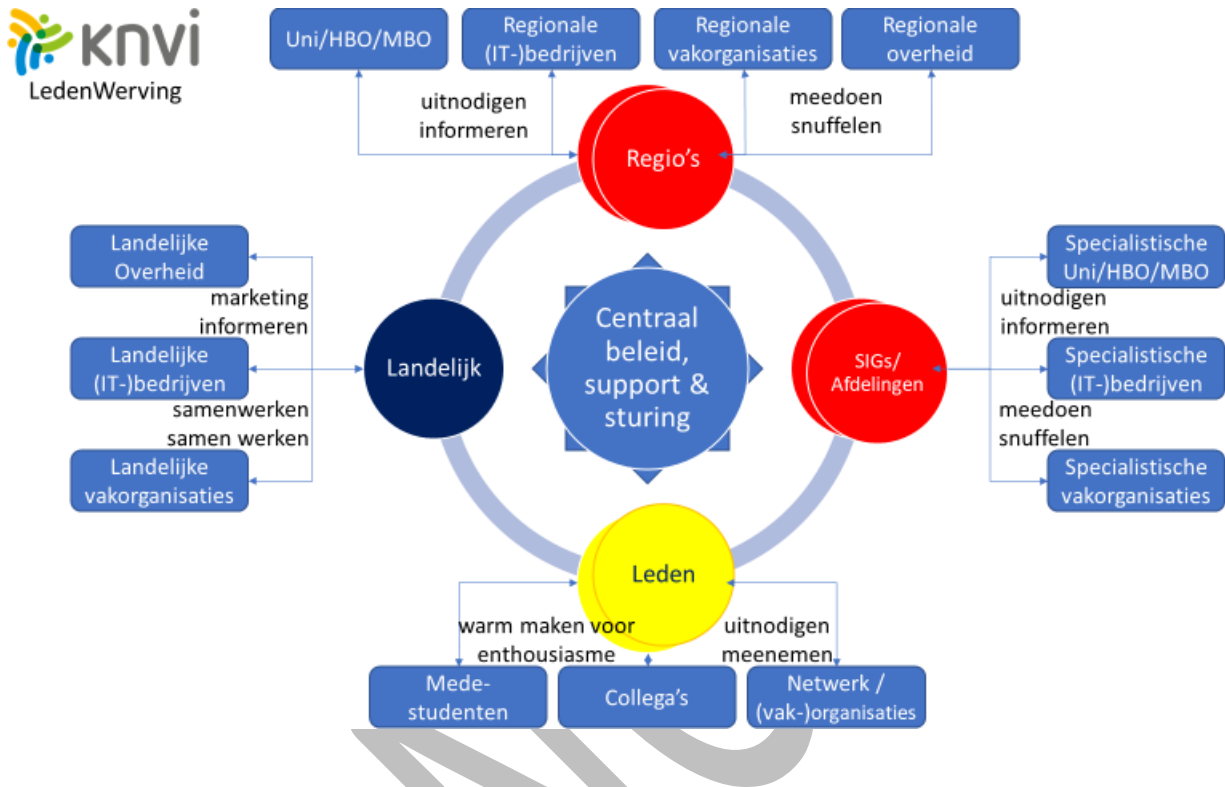
- Studenten: *jij moet ook ná jou studie lid blijven, want*
- Werkzoekende: *jij blijft gewoon bij ons, want*
- Bedrijven: *het is goed voor jouw informatieprofessionals om lid te zijn, want*
- ZZP-ers: *netwerken, netwerken, netwerken, want*
- Regio's: *ontmoet jouw directe omgeving, is altijd handig, want*
- SIG/Afd: *leer zelf, leer anderen, vakgenoten onder elkaar, want*
- Opzeggers: *nee joh, niet doen, waarom ga jij weg, want*
- Snuffelaars: *kom eens naar een event, want*
- Enz.: *de kracht zit in de diversiteit*

Er is geen universele oplossing, alleen het bewustzijn dat aandacht/tijd/talent/budget werkt.

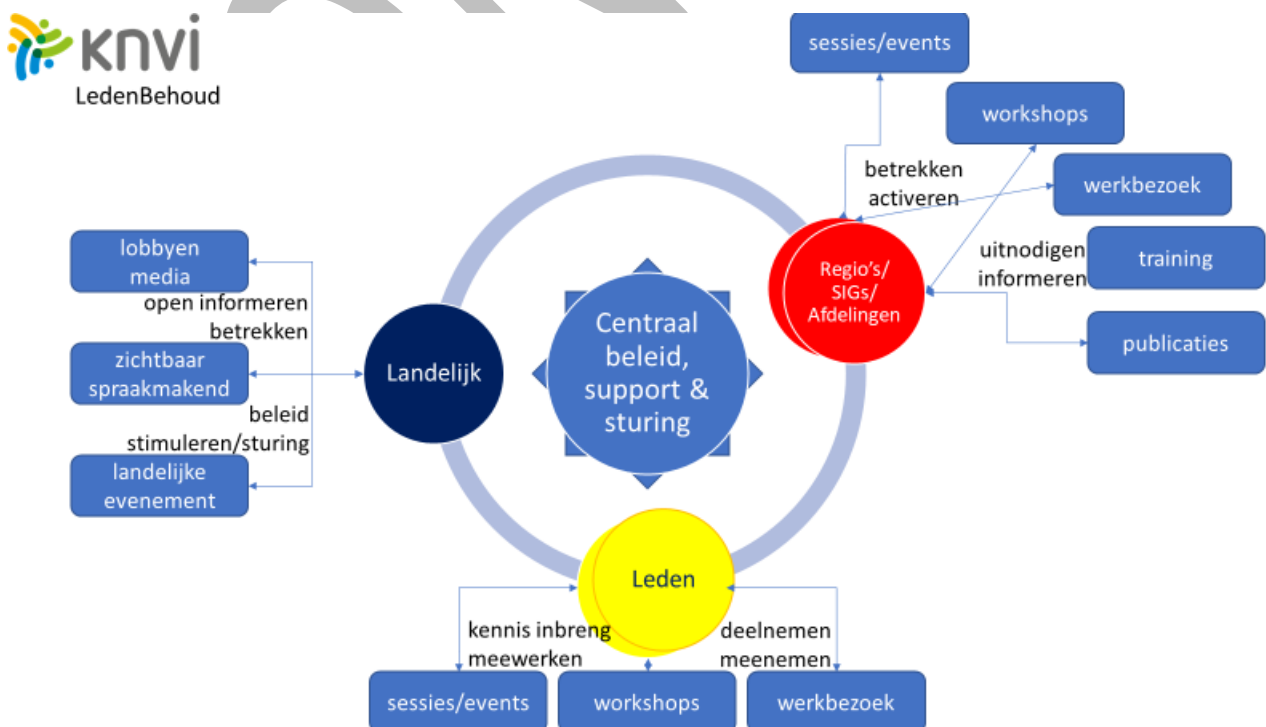
De pijlers

Om een overzicht te geven van de activiteiten die de compleetheit, versterkende en effectiviteit rond LedenWerving en Behoud aangeven, zijn onderstaande plaatjes bedoeld.

Basismodel van de activiteiten, rollen en taken van LedenWerving:



Basismodel van de activiteiten, rollen en taken van LedenBehoud:



Doen / Acties

Acties voor **R/A/S bestuurders** (wij dus):



- Zichtbaar maken extern KNVI (voorbeelden):
 - Regio's: leg contact met Universiteiten/HBO's/MBO's informatieprofessionals
 - Zorg wel dat we iets te bieden hebt, acties gericht op
 - Afd/SIG: leg contact met andere specialist/groepen
 - Zorg dat we de wederzijdse voordelen op een rij hebt
 - Afd/SIG: geef ook presentatie/workshops 'buiten' KNVI
 - Zoek jullie platform, start eens met 2 keer jaar
 - Regio's: leg contact met regionale zakelijke groeperingen en lokale (IT) bedrijven
 - Maak jouzelf zichtbaar
 - R/A/S: leg contact met online-gremia, LinkedIn-groepen, etc
 - Bekijk samen wat effectief is
- Informatie voorzien: maak/refresh een infokit per R/A/S (bestaat vast al in allerlei vormen)
- Werven: nodig (nog)niet-leden uit voor activiteiten, kondig ook jouw evenementen ook extern aanaan
- KNVI-lid maken: intake regelen, introkit, aandacht
- KNVI-Lid houden: eigen profiel op KNVI website, LinkedIn groep(profiel)
- KNVI-Lid blijven: blijf communiceren met álle (ook de niet actieve) leden van jouw R/A/S
- Ex-leden begeleiden: Probeer contact te houden (maillijst, LinkedIn)
- Sturen van de verbeteringen van de Website, LedenNet en MyKNVI:
 - stuur direct een verbetering als je een fout vindt of een verbetering ziet:
 - *Beste Sandra en Jolanda, ik gebruikte gisteren LedenNet en ik zag dat . . .*
- Verspreid 'leden voor leden' (ik ben KNVI) kits onder de actieve leden
- Elke beleidsraad of bestuurders meeting:
 - agendapunt ledenwerven:
 - Allen: ervaringen met methoden en tools, doel: verbeteren
 - Rapportage van de ledenwisselingen, in/uit, type, demografie
 - Kwaliteit Website/LedenNet/myKNVI, a



Acties voor **actieve leden**:

- Vertel het a.u.b. door aan jouw netwerk: *wordt ook lid !, want*
- Gebruik 'Leden werven Leden' (ik ben KNVI) kit
 - Gebruik contact cards
 - Gebruik viltjes
 - Gebruik badges
 - Gebruik stickers
- Gebruik flyers
- Gebruik social media
- Enz



Acties voor **landelijk hoofdbestuur**:

- Verlaag de contributie:
 - Contributie drastisch verlagen. Ik kan alles elders "om niet" ophalen: events, content, netwerken, sociale media, enz.
 - 82,50 euro/jaar is op dit moment reëel (t.o.v. 165)
 - 49,50 euro/jaar voor pensionado's, <27jaar, snuffelleden, spijtoptanten, etc
 - Eventuele extra's in rekening brengen;
 - een tijdschrift (45 euro/jaar voor AG/Connect),
 - de professionele nieuwsbrieven voor 25 euro/jaar
 - jaarcongres, betalen en/of sponsoring



Bijlages

QR-code(s) met URL :



www.knvi.nl

Te gebruiken op alle (ik herhaal, alle) uitingen.

Samen met tekst: 'ik ben KNVI, u nog niet?' (zie onder)

Contact cards (voor en achterkant) :



Bierviltjes (voor en achterkant):



Stickers:



Banner:



[Digitale flyers \(PDF\)](#) en [presentaties \(PPT, PDF\)](#) om te downloaden?