



**RUNDRESAN – SÖRMLANDS DISTRIKT
EN DIALOG OM UTVECKLING**





DAGENS PROGRAM

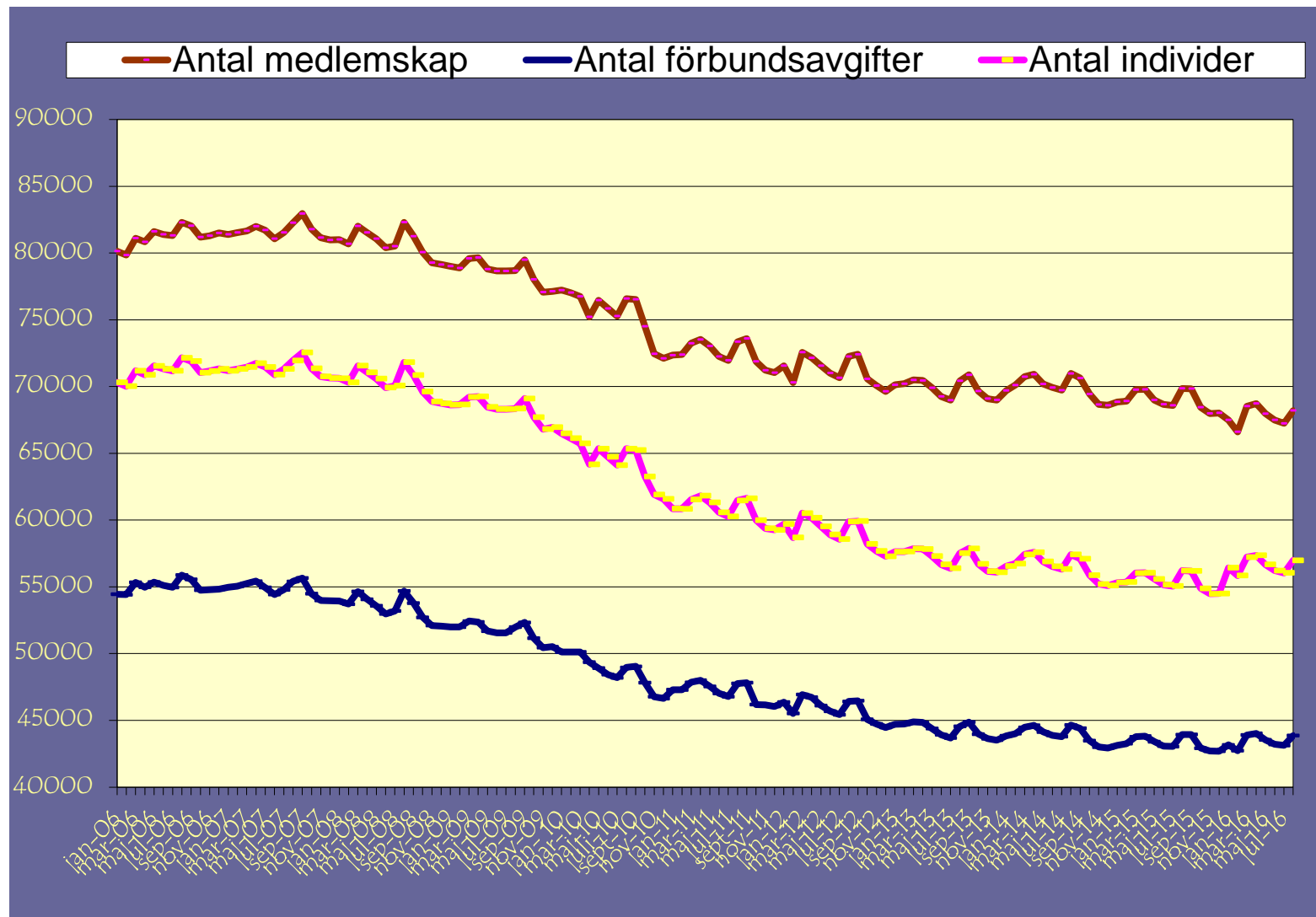
1. Om utvecklingsprojektet och varför
2. Grupparbete: Vad kan ni på klubben konkret göra?
 - ✓ Vi jobbar utifrån ett arbetsunderlag - ett "smörgåsbord"
 - ✓ Presenterar för varandra
3. Hur genomför vi detta?
 - ✓ 10 steg till en utvecklad klubb
 - ✓ Bli utvecklingsklubb – tillsammans mot 100 år – 100 tusen
4. Summering

INTRODUKTION



NEGATIV MEDLEMSUTVECKLING

2006 - 2016





NEGATIV MEDLEMSUTVECKLING

31 DEC 2015	31 DEC 2016	ANTAL	PROCENT
57 421	56 609	-812	- 1,4 %



TAPPET FÅR KONSEKVENSER

- **EKONOMI**
- **ARBETANDE MEDLEMMAR**
- **ANDRAS TRO PÅ OSS**
- **VÅR PÅVERKANSKRAFT**



STÄLLTS INFÖR ETT VÄGVAL ...

Fortsätta backa...
krympa verksamheten



eller vända och öka
utveckla verksamheten

BESLUTET:

STOPPA!

VÄNDA!

VÄXA!

DÄRFÖR STARTADES...





PROJEKTETS ROLL

- HJÄLPA TILL. DELA BRA LÖSNINGAR. STARTA UTVECKLING.

- Mer nöjda medlemmar

>> *SBKs Mål
och uppgift*

- Uppskattade aktiviteter och utbildningar



- Fler medlemsmedlemmar

- Fler instruktörer och funktionärer



ÖVERGRIPANDE MÅL

“FIRA 100 ÅR MED 100 TUSEN MEDLEMMAR”

**ETT UTTRYCK FÖR VÅR AMBITION OCH
RIKTNING MED FÖRÄNDRINGSARBETE!**

VI BEHÖVER GÖRA ÅTGÄRDER UTÖVER DET VANLIGA!

DET ÄR STARTEN PÅ *En förändringsresa*



ÖNSKAT LÄGE

1. Fler medlemmar
2. Mer marknadsföring
3. Nya aktiviteter
4. Fler instruktörer
5. Fokus kärnverksamhet
6. Arbeta som EN klubb

NULÄGE

1. Tappar medlemmar
2. När ej ut
3. Saknar vissa aktiviteter
4. För få aktiva instruktörer
5. Brett och otydligt
6. Samverkar inte som EN

Hurdå:

- ✓ Fokus: Medlemmen och medlemsnytta
- ✓ Ta vara på det ”bästa sättet”. Dela kunskap.
 - ✓ Göra Tillsammans – varje klubb ej stark nog
- ✓ Viktiga inslag:
 - ✓ Aktiviteter för att behålla och nyrekrytera
 - ✓ Erbjudna nya aktiviteter ”mitt i hundlivet”
 - ✓ Engagera fler – resurser för genomförande
- ✓ Prioritera. Gör färre åtgärder – men fullt ut!
- ✓ Glädje Gemenskap Kunskap Engagemang



ÖNSKAT LÄGE

En klubbverksamhet där människor
och hundar trivs och utvecklas
som vi driver tillsammans,
på ett modernt och positivt sätt,
så att vi blir attraktiva för hundägare
och livskraftiga som verksamhet.



ÖNSKAT LÄGE?

VILKA MÅL HAR NI PÅ DIN KLUBB?

VAD ÖNSKAR NI UPPNÅ? UTVECKLA?

Berätta för den bredvid – 1 min var.



MÅLTAVLAN

– EXEMPEL PÅ MÅL

MEDLEM/MARKNAD

- Fler medlemmar
 - Nya resp behålla
- Nöjda medlemmar
- Öka kännedom bland hundägare

MEDARBETARE/IDEELLA

- Fler instruktörer
- Fler funktionärer, i styrelse m fl
- Samarbete inom klubben/sektorer
- Positivare attityder
- Motivera instruktörer m fl



UTBUD/MEDLEMSERBJUDANDE

- Antal kurser/tävlingar/aktiviteter
- Nya former – kortare
- Nya aktiviteter – mitt i hundlivet

HUR VI LEVERERAR/KVALITET

- Kunskap instruktörer
- Kunskap funktionärer och ideella
- Bra planer och stugor

VARFÖR?

ANALYS

Kort SWOT version



ANALYS FRÅN OMVÄRLDSPERSPEKTIV

Omvärld i stort

Sponsorer/
Partners

Leverantörer



Medlemmar

Pot. Medlemmar

Marknad

Arbetande medlemmar

Medarbetare

Konkurrerande
verksamheter



VÅR SPELPLAN HAR ÄNDRATS

Färre beredda att
aktivt jobba ideellt.

”Upplevelsetiden” –
stort utbud aktiviteter

Fler kommersiella
aktörer inom hund.

Kommersialisering
– betala för tjänster,
ej göra det själv.

Ökad kostnader för
tjänster vi köper.

Mindre samhällsstödda
fritidsverksamheter

Minskade intäkter
(medl, SBK tävl)

Konsumenter förväntar
sig mer – service/kvalitet

Hundgrenar valt att
org. utanför SBK.
Svagt stöd från SKK.

Människor upplever
brist på tid/hinna med

Mindre efterfrågan på
Bruksgrenar – större på andra

Andra sätt att köpa tjänster/
ta kontakt – digitala medier

Färre Brukshundar
föds/köps.

Andra sätt att umgås – sociala
Brusigt medialandskap



SLUTSATS:

**VI KAN INTE DRIVA VÅR VERKSAMHET PÅ
SAMMA SÄTT SOM VI ALLTID GJORT!**

**VI MÅSTE UTVECKLA NYA SÄTT!
NYFIKNA - TESTA - LÄRA**



Viktigt att förstå

VAD MEDLEMMAR OCH HUNDÄGARE VILL HA

KLUBBAR



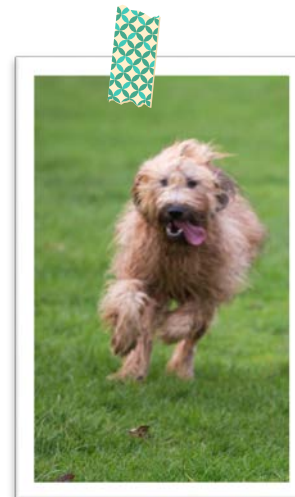
MEDLEM



HUNDÄGARE

**LOKAL-
KLUBBAR**

**RAS-
KLUBBAR**





Olika vägar med hund

HUNDLIVSCYKELN





hundägare

AV OLIKA ANLEDNING



Har vi något för alla!?
Och ska vi ha för alla?





hundägare

AV OLIKA ANLEDNING



SOCIALA SANDRA

- Samvaro
- Umgås med andra
- Gå i flock/stora gäng



SPORTIGA SARA

- Stor del i ett aktivt liv
- Med på joggingturen
- Med på fjället



PROFFSET PER

- Jobbar med hund
- Haglöfsbyxor och väst
- Svänger sig med svåra uttryck



hundägare

AV OLIKA ANLEDNING



JAGANDE JÖRGEN

- I bur på gården
- Med i jaktlaget



HUNDÄLSKAREN HANNA

- Som en människa
- Egen fåtölj
- Med på fikat



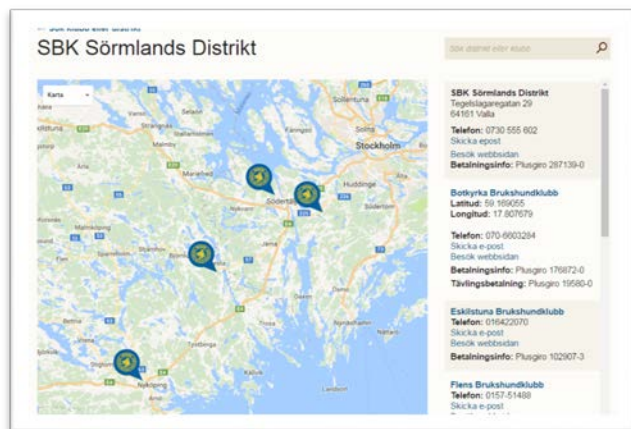
FASHIONABLA FANNY

- Hunden som ett smycke
- Med överallt



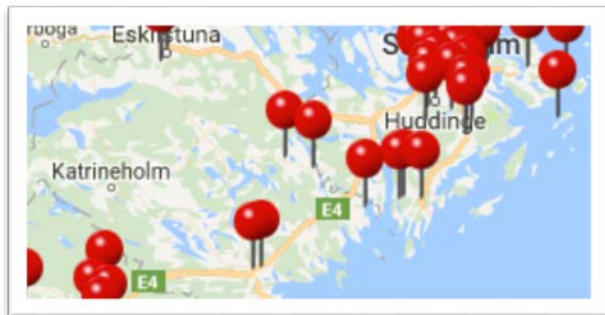
Ökad konkurrens

FRÅN PRIVATA AKTÖRER



12 klubbar

20 företag



KÄLLA: HUNDKARTAN:SE

Kommun	SBK-medlem	Hundägare
BOTKYRKA	336	4177
ESKILSTUNA	409	7752
FLEN	183	2254
GNESTA	162	1539
HANINGE	269	6109
HÖLÖ-MÖRKÖ	162	-
KATRINEHOLM	252	3565
NYKVARN	-	1076
NYKÖPING	393	5190
NYNÄSHAMN	263	3236
OXELÖSUND	100	980
SALEM	-	1109
STRÄNGNÄS	247	4146
SÖDERTÄLJE	290	5026
TROSA	-	1321
VINGÅKER	-	1436
Sörmland Total	2850	48916

KÄLLA: MEDLEM ONLINE 2016-12-31 & JORDBRUKSVERKET

Marknadsandel: 5.8 %



VÅR FÖRMÅGA ATT KONKURRERA

Svårt få kontakt och plats - för nya

- Svårt nå oss och boka.
- Variation i upplevd kvalitet.
- Ofta snabbt fullt – svårt få kursplats

Svårt nå ut i marknaden

- Otydlig som varumärke
 - Olika utbud, pris och profil
 - Uppträder inte som EN klubb
- Små marknadsföringsresurser

Lite ”tröga” i utbudet

- Inte tidiga med nyheter – lite ”tröga”
- Privata har mer korta kurser/teman





ATTITYDER – ÄR ALLA VÄLKOMNA

Bemötande

- Bemötande av nya medlemmar
- Välkomnar alla raser
- Kultur hos vissa medlemmar och klubbar

Öppenhet

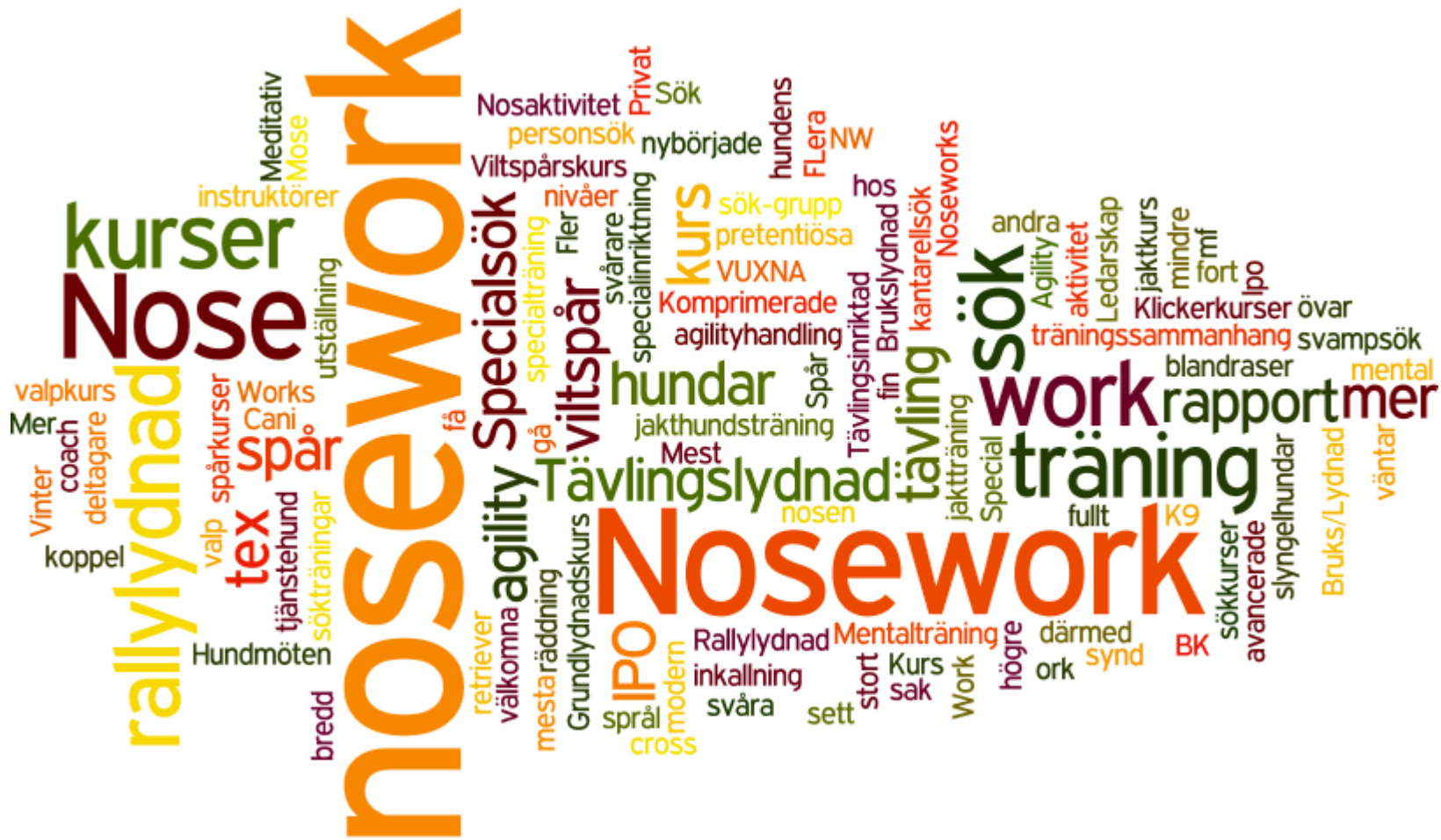
- Öppen för nya verksamheter
- Anammar ny teknik/metoder
- Bra att berätta vad vi gör för andra

Lite ”tröga” i utbudet

- Svårt att rekrytera
- Öppen för nya initiativ



MEDLEMMARNAS UPPLEVELSE



DELAR DU DENNA BILD AV NULÄGET - AV OMVÄRLDEN OCH OSS SJÄLVA?



Prata med din granne
(1 min var)

PAUS

LÖSNINGEN!?

LÅT OSS LÖSA DET

– HÄR OCH NU!!



MÅLTAVLAN

– EXEMPEL PÅ MÅL

MEDLEM/MARKNAD

- Fler medlemmar
 - Nya resp. behålla
- Nöjda medlemmar
- Öka kännedom bland hundägare

MEDARBETARE / IDEELLA

- Fler instruktörer
- Fler funktionärer, i styrelse m fl
- Samarbete inom klubben/sektorer
- Positivare attityder
- Motivera instruktörer m fl



UTBUD/MEDLEMSERBJUDANDE

- Antal kurser/tävlingar/aktiviteter
- Nya former – kortare
- Nya aktiviteter – mitt i hundlivet

HUR VI LEVERERAR/KVALITET

- Kunskap instruktörer
- Kunskap funktionärer och ideella
- Bra planer och stugor



VAD GÖR NI FÖR ATT NÅ DETTA MÅL?!

MÅLTAVLAN

	BEHÅLLA	NYA	TOTAL
IDAG (25/2 2017)	-	-	200
2017 (+ 19)	190	36	226
2018 (+ 25)	210	52	262

SÅ KAN VI UTVECKLA VÅR KLUBB

- för fler och nöjdare medlemmar



BEHÅLLA MEDLEMMAR

Erfarenheten visar att medlemmar stannar om man är med på många aktiviteter. Vidare om man har en relation till klubben och andra medlemmar. Dessutom, om man upplever att man får kunskap som ger värde, t ex om hundens behov/problem. Relationen byggs främst personligt, men kan också skapas med löpande information/mejl om vad som händer i klubben.

☐ SÄGA HEJ TILL ALLA!

Att känna sig välkommen, är viktigt för att stanna kvar i klubben. Inför där som "regel" på klubben att säga hej till alla man träffar - i synnerhet nya ansikten. Fråga också om de vill ha hjälp med något, och "visa vägen" om de behöver hjälp.

☐ SÅTT STILEN DIREKT - LEV KLUBBENS VÄRDERINGAR

Erfarenhet visar att klubbar med en stark identitet/starka värderingar, håller ihop bättre. Genom att berätta om dessa värderingar tydligt från början - och leva dem i praktiken - ökar möjligheten att medlemmar stannar. Brukshundklubbers generella värderingar kretsar kring gemenskap, kunskap och glädje.

☐ SKICKA ENGAGERANDE INFORMATION

Majoriteten på en klubb är "passiva". M a o de har inte ett så starkt intresse att de driver sig själva eller andra. Däremot är de gärna med på saker som arrangeras och bjuds in till - och kan då även hjälpa till. Därför är det viktigt att aktivt berätta för medlemmar vad som sker och bjuda in, t ex via nyhetsbrev och mejl.

☐ GÖR EN ENKEL KURSFOLDER OCH DELA UT

För att marknadsföra sina kurser/aktiviteter, eller ett urval av dem, kan man göra en enkel kursfolder. Den kan (via en mall) göras unik för respektive klubb, och introducera klubbens utbud och leda in till hemsidan. Skapar extra uppmärksamhet, som kan aktivera medlemmar.



☐ BJUD IN ATT TITTA PÅ - VIA EN VÄN

Att få inspireras och titta på andra hundförhållningar, kan vara en väg till att själv komma igång. I information som skickas ut, bjud gärna in att komma och titta på, även om man inte själv direkt deltar. Uppmuntra gärna andra medlemmar att bjuda in. De allra flesta tycker om att bli inbjudna!" bli sedda".

☐ STATISTIK ÖVER DELTAGANDE

Om en medlem deltar på aktiviteter någon gång per termin, ökar sannolikheten att han/hon stannar. Håll koll på deltagandet, så man kan följa upp de som inte kommer med. Dessa kan man då kontakta via mejl eller ringa. Var gärna extra aktiv perioden innan det är dags att förnya medlemskap.

☐ EGNA FÖRSLAG

REKRYTERA MEDLEMMAR

Förutom när man nyss köpt en hund, blir många medlemmar p g a att en vän med hund bjuder med en att få prova på och lära känna. Vidare, om man upplever ett behov/problem med hunden, och vill få hjälp. Slutligen, när man hamnar i en ny livssituation, t ex pensionär, skild, långsjuk, jobb med skift/helg/vävl. Det gäller därför att vi är med tidigt och syns i dessa situationer.

☐ ERBJUD NY MEDLEM ATT PROVA PÅ

I alla sammanhang som bjuds där man träffar potentiella medlemmar, kan man dela ut vår välkommen-som-medlem folder. Foldern fokuserar på den vanliga hundägaren, är enkel att förstå och kan enkelt anmäla sig.



☐ TA MED EN VÄN - ATT PROVA PÅ

Att "värva" en ny medlem via befintliga medlemmar är enklare, än en helt okänd. Det är också trevligt att bjuda in andra hundägare man känner, t ex till en prova på dag. Erbjud ev den befintliga medlemmen, någon "belöning", om man rekryterar en ny - något enkelt, bara som en gest.

☐ MARKNADSFÖR DÄR ANDRA GÖR DET

Privata hundaktörer, marknadsför sig ofta där potentiella hundägare syns, t ex vid populära promenadställen, i parker, på mataffärens anslagstavla. Dessa ställen kan även vi använda. Använd fina färdiga mallar (i "Kunskapsbanken") så blir det snyggt och enkelt att ordna.

☐ HITTA PERSONER I NYTT LIVSSKEDE

Marknadsför klubben på platser där personer i en ny livssituation finns. Ofta finns sajter där man kan marknadsföra sig till låg kostnad, för att t ex pensionär, söker ny partner etc. Det gäller bara att vara nyfiken och leta upp dessa platser (även fysiska platser). Färdiga mallar för minianonser och banners finns i "Kunskapsbanken".

☐ SAMARBETE MED UPPFÖDARE PÅ DISTRIKTET

Etablera ett samarbete med godkända uppfödare av brukarsaker på distriktet, så att de erbjuder valpköpare medlemskap i klubben, och att vi i gengäld rekommenderar dem. (Samarbetet kan även innehålla andra delar).

☐ ENKLA FÄRDIGA HUNDEVENTS

I olika sammanhang kan man göra enkla hundeveny. Antingen delta på andras evenemang eller ordna egna. Använd färdigt material. Det kan t ex innehålla prova-på-aktiviteter, tipspromenad och en doogie-bag.



☐ EGNA FÖRSLAG

AKTIVITETER MITT I HUNDLIVET

Vårt största medlemstapp ligger hos dem som lämnat valp-/unghundsstadiet, men inte fastnar för mer avancerade hundaktiviteter eller att tävla. De saknar intressanta aktiviteter hos oss. Det är "vanliga hundägare" som gärna vill träna sin hund på en enklare nivå, t ex olika temakurser, och då umgås med andra hundägare. De behöver ofta mer tydlig uppmaning att delta på olika aktiviteter. De söker hjälpsamt stöd i hanteringen av sin hund.

☐ HJÄLPSAMMA KORTA KURSER

Många "vanliga hundägare" behöver hjälpsamt och tydligt stöd i hanteringen av sin hund. De skrivs av "svåra kurser" där hund och ägare måste "kunna massor för att inte göra bort sig". Om vi erbjuder populära korta kurs-teman (som många privata aktörer), kan vi behålla många fler medlemmar.

☐ FLOCKVANDRING MED FIKA M.M.

Att umgås med andra hundägare, är huvudskalet att vara medlem för många. Därför kan så enkla aktiviteter som flockvandring med fika, vara mycket uppskattat. Ett bra tillfälle att bjuda in nya medlemmar också. Samma sak gäller t ex träningskvällar med en instruktör närvarande.



☐ PROVA-PÅ-TÄVLINGAR

Många upplever en barriär mot att tävla - det är lite "läskigt" med många människor, hundar, "stränga" domare och sin egen prestation. Genom att få prova på att tävla, kan den barriären brytas och intresset väckas. M a o ett sätt att bli en mer långsiktig medlem.

☐ NYHETER, T EX NOSEWORK

Att få prova på något nytt är för många en lockelse. Att därför erbjuda "nyheter" är viktigt för att behålla/aktivera medlemmar. Nosework är populärt just nu (eller Specialisök som vi ibland kallar det). Första kullen lärare inom SBK är precis utbildade.

☐ KUNSKAP OM MENTALITET

Genom att förstärka och lära känna hundens mentalitet, är det lättare att leda och hantera hunden - att vara den husse/matte hunden vill ha. Grundkursen "allmän mentalitet" (M1) och Mentalbeskrivning Hund (MH), ger en mycket fin grund att utvecklas med sin hund.



☐ FÖRELÄSNING

En föreläsning på något intressant tema, är en enkel och bra aktivitet för att dra inaktiva till klubben. Lätt att arrangera, och populärt i kombination med hemkaffet fika och social umgänge. Kan även bjuda in potentiella medlemmar.

☐ EGNA FÖRSLAG

MÅLTAVLAN

ÅR	BEHÅLLA	NYA	TOTAL
2014 (31/12 2014)	-	-	200
2015 (+5)	175	35	210
2016 (+10)	185	45	230
2017 (+15)	200	65	265
2018 (+20)	230	75	305

RESURSER FÖR GENOMFÖRANDE

Den typiska situationen på en klubb är att en liten grupp, i grunden styrelsen, drar ett stort lass. Vi behöver hitta sätt att engagera fler. Många vill göra kortare insatser och gillar att göra saker tillsammans, men färre är beredda att formellt sitta i förtroendeuppdrag. Vi behöver hitta former för att tillvarata de som vill göra kortare insatser, och göra det enkelt för dem att delta och ta ansvar.

☐ ENGAGERA FLER INSTRUKTÖRER

Instruktörerna är ett viktigt "nav" i vår verksamhet för hundägare. En bra relation uppstår ofta, där instruktörerna kan ge hjälp och föreslå nya aktiviteter och kurser. Det råder delvis brist på aktiva instruktörer, så det är viktigt att både ras- och lokalklubbar bidrar till att engagera fler instruktörer - och funktionärer.

☐ KORTARE INSATSER I PROJEKTFORM

Dela upp ansvar och uppgifter i mindre delar och/eller projekt. Gör uppdrag enklare och tydliga. Då kan fler arbeta med projekt som intresserar dem. Med detta sysslat, kan ett gäng utöver styrelsen bidra - "den andra cirkeln". Tank att vi alltid måste fylla på med nya, då vi har "hög omsättning" på funktionärer.

☐ SKRIV ENKLA MANUALER

För att fler enkelt ska kunna vara med och arrangera aktiviteter på klubben, gäller det att göra det så enkelt det går. Ett bra sätt har det visat sig, är att göra "manualer"/checklistor för hur man gör en viss aktivitet. Många fler än man tror kan och vill delta, bara det är enkelt och de vågar. Sätt manualerna i system - spar dem och se över dem snabbt nästa gång ni ska göra samma sak.

☐ ENKLA INCITAMENT

Ibland räcker det med mindre incitament för att fler ska delta i ett jobb för klubben. T ex rabatter på kurser, specialträningar, reseersättningar. En del klubbar använder "samlap-poäng" system. Man visar med små medel att deras insatser betyder mycket.

☐ EGNA FÖRSLAG



UPPGIFT: LÖS "SBK KLUBB X" UTMANING

- ✓ Klubb X har beslutat att göra en utvecklingsstrategi
- ✓ Målet är fler och nöjdare medlemmar på en klubb med en positiv anda och som utvecklas 😊
- ✓ Samlat en smart arbetsgrupp – det är ni det.
- ✓ Till er hjälp: "smörgåsbord" av idéer från andra klubbar.



ANTAL MEDLEMMAR I DISTRIKTET

ANTAL MEDLEMMAR I KLUBBARNÄ

Klubb	2015	2016	Antal	Procent	diff
Hölö-Mörkö BK	139	162	23		17
Oxelösunds BK	88	100	12		14
Södertälje BK	265	290	25		9
Nyköpings BK	367	393	26		7
Nynäshamns BK	248	263	15		6
Eskilstuna BK	386	409	23		6
Haninge BK	265	269	4		2
Strängnäs BK	245	247	2		1
Katrineholms BK	258	252	-6		-2
Botkyrka BK	358	336	-22		-6
Flens BK	202	183	-19		-9
Gnesta-Trosa BK	191	162	-29		-15
Sörmlands Distrikt	2802	2850	48		2

KÄLLA: MEDLEM ONLINE

ANTAL REG. HUNDAR

Kommun	Hundägare
BOTKYRKA	4177
ESKILSTUNA	7752
FLEN	2254
GNESTA	1539
HANINGE	6109
HÖLÖ-MÖRKÖ	-
KATRINEHOLM	3565
NYKVARN	1076
NYKÖPING	5190
NYNÄSHAMN	3236
OXELÖSUND	980
SALEM	1109
STRÄNGNÄS	4146
SÖDERTÄLJE	5026
TROSA	1321
VINGÅKER	1436
Sörmland Total	48916

KÄLLA: JORDBRUKSVERKET

Marknadsandel: 5.8 %

REDOVISNING

DESSA ÅTGÄRDER VALDE VÅR GRUPP

GENOMFÖRA



NÄR VI ALLA NU SKA GENOMFÖRA DETTA ...

GEMENSAMMA
FUNKTIONER



DISTRIKT



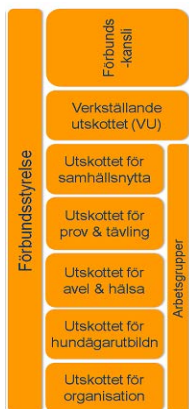
KLUBBAR



MEDLEM

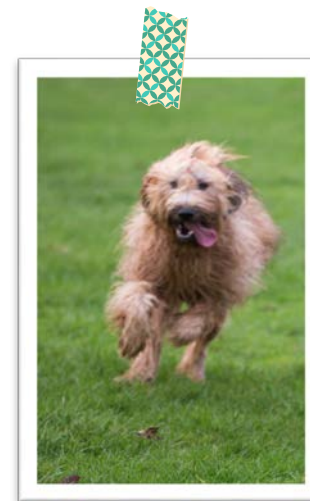


HUND-
ÄGARE



LOKAL-
KLUBBAR

RAS-
KLUBBAR





GENOMFÖR PÅ KLUBBEN - 10 STEG MOT MÅLET

PÅ KORT SIKT – DET SNABBA

1. BESTÄM ER FÖR ATT SATSA PÅ UTVECKLING!

- ✓ Få styrelsen och nyckelpersoner i klubben. (ordf + utbildn; medlem; PR/Info)

2. GÖR ER "MÅLTAVLA"

- ✓ Hur många ska ni behålla resp. rekrytera nya, för att nå målet. Räkna ut konkret.

3. GÖRA ER ÅTGÄRDSPLAN – DET ENKLA FÖRST!

- ✓ Välj åtgärder från idébankens åtgärder för att behålla, rekrytera nya etc.
- ✓ Välj först 3-5 snabba enkla åtgärder som kan göras direkt. (Sedan mer långsiktiga).
- ✓ Många åtgärder kan vara sådan ni gör/gjort, men nu gör lite bättre än tidigare.

4. BÖRJA GENOMFÖRA DE FÖRSTA ÅTGÄRDerna

- ✓ De första snabba åtgärderna kan man ofta göra med befintliga personer, och kanske involvera några mer på individuell basis.

> UPPMÄRKSAMMA!

- ✓ Berätta om. Visa upp. Mät. Uppmärksamma! Fira!



VÄLKOMMEN SOM UTVECKLINGSKLUBB!

www.brukshundklubben.se/bli-utvecklingsklubb

KLUBBEN FÅR ...

1. ett arbetsmaterial för att på klubben ta fram åtgärder
 - ✓ Ungefär som det vi använt idag
2. många aktiviteter och marknadsföringsmaterial
3. möjlighet att få lokal anpassad marknadsföring (till självkostnad)
4. en medlemsundersökning på sin klubb

KLUBBEN STÄLLER UPP MED ...

1. tid och praktiskt testa. Genomföra 2-3 aktiviteter.
2. engagemang – krav VILJA utvecklas
3. kostnader för tryck/kopiering o dyl (självkostnad)



"IDÉBANKEN"

www.brukshundklubben.se/idebanken

Hem

Funktionärssidor

Klubb & organisation

Idébanken

Klubb & organisation

Klubb & distrikt

Förbund

Medlem online

Stadgar

Stipendier & utmärkelser

Bli utvecklingsklubb

Idébanken

1 Behålla medlemmar

2 Rekrytera medlemmar

3 Aktiviteter mitt i hundlivet

4 Resurser för genomförande

Föreningscoach

Om utskottet

IDÉBANKEN

*-idéer för klubbar
i utveckling*



Idébanken

I idébanken delar klubbar med sig av bra exempel på aktiviteter som klubbar genomfört och som bidragit till utveckling i form av bättre kvalitet, nöjdare hundägare och lyckligare hundar.

Vill er klubb utvecklas? Ur idébanken kan ni plocka idéer som passar just er verksamhet. Vill ni ha stöttning i er utveckling kan ni bli utvecklingsklubb.

Aktiviteterna i idébanken är uppdelade i fyra olika kategorier beroende på vilken insats man vill göra.

Har er klubb gjort något som bidragit till utveckling och som ni vill dela med er till andra? Bra, vi vill gärna ha med det i idébanken. Hör av dig till oss!



Bli utvecklingsklubb

Är er klubb redo för utveckling?
Bli utvecklingsklubb idag!



Kontakta oss

Har du frågor om utvecklingsklubbar eller idébanken? Kontakta oss gärna genom att använda formuläret på den här sidan.



GENOMFÖR PÅ KLUBBEN - 10 STEG MOT MÅLET

PÅ LÄNGRE SIKT – DET SNABBA

5. PLANERA FÖR DE MER LÅNGSIKTIGA ÅTGÄRDERNA

- ✓ Gör en mer långsiktig plan. Involvera fler i förslag och planer. Bjud in till ett möte. Berätta om projektet. Använd ”arbetsduken”, och få upp förslag.

6. GÖR EN MEDLEMSUNDERSÖKNING

- ✓ Som input till den mer långsiktiga planen, kan det vara värdefullt att göra en medlemsundersökning. Den finns färdig att använda.

7. ENGAGERA FLERA! SKAPA DEN ”ANDRA CIRKELN”

- ✓ Gör inte allt själv – fokusera på att motivera och engagera nya personer.
- ✓ Prata om vad klubben står för - era värderingar och ert varumärke.

8. GENOMFÖR DE MER LÅNGSIKTIGA ÅTGÄRDERNA

- ✓ Skriv manualer och checklistor så fler kan vara med.
- ✓ Anlita ”Avtalsinstruktörer” så att ni kan genomföra nya aktiviteter.

9. MARKNADSFÖR. SÄLJ.

- ✓ Marknadsför. Var lite säljare. Dela ut material. Ring passiva. Etc

10. ETT STEG I TAGET! GODA EXEMPEL. UPPMÄRKSAMMA!

- ✓ Lyft fram goda exempel. Uppmärksamma!

SUMMERING

En förändringsresa



”100 ÅR - 100 TUSEN”

1. Fler medlemmar
2. Mer marknadsföring
3. Nya aktiviteter
4. Fler instruktörer
5. Fokus kärnverksamhet
6. Arbeta som EN klubb

1. Tappar medlemmar
2. När ej ut
3. Saknar vissa aktiviteter
4. För få aktiva instruktörer
5. Brett och otydligt
6. Samverkar inte som EN

Hurdå:

- ✓ Fokus: Medlemmen och medlemsnytta
- ✓ Ta vara på det ”bästa sättet”. Dela kunskap.
 - ✓ Göra Tillsammans – varje klubb ej stark nog
- ✓ Viktiga inslag:
 - ✓ Aktiviteter för att behålla och nyrekrytera
 - ✓ Erbjuda nya aktiviteter ”mitt i hundlivet”
 - ✓ Engagera fler – resurser för genomförande
- ✓ Prioritera. Gör färre åtgärder – men fullt ut!
- ✓ Glädje Gemenskap Kunskap Engagemang

**LÖSNINGEN KAN VARA
SÅ HÄR ENKEL 😊**





TACK FÖR IDAG!



För förslag och inspel kontakta gärna

sanna.ameln@brukshundklubben.se

janna.nordin@brukshundklubben.se