

## LATHUND MEDLEMSKARTLÄGGNING - FÖR FLEXIBELT OCH INDIVIDANPASSAT UTBUD

*Nöjda medlemmar stannar och skapar förutsättningar för en livskraftig förening. Dessutom är det oftast är befintliga medlemmar som lockar nya medlemmar till föreningen. Därför behöver ridsportföreningen kontinuerligt utvärdera sitt utbud och förstärka dialogen med sina medlemmar. Arbetet ingår i ridsportens gemensamma strategiarbete Ridsport 2025, där ett mål är att skapa förutsättningar för att fler väljer att rida och umgås med hästar i våra föreningar, hela livet.<sup>1</sup>*

### Förstärkt medlemsdialog och varumärke

Denna lathund hjälper föreningen att jobba mer effektivt, genom en öppen dialog, för att anpassa utbudet utifrån sina medlemmar. Med hjälp av innehållet genomförs en kartläggning och analys som ger ökad kunskap om medlemmarnas nöjdhet, önskemål och även drivkrafter. Ju bättre föreningen känner sina medlemmar desto tydligare blir föreningens budskap vilket även ger en effektivare och mer anpassad kommunikation och stärker föreningens varumärke.

### Hållbar och eftertraktad förening

Sannolikheten för att behålla befintliga och öka antal nya medlemmar stärks av att genom en nära dialog med medlemmarna skapa ett efterfrågat utbud.

Genom kartläggningen blir det tydligare vad medlemmarna vill ha och det blir tydligare för alla vad föreningen faktiskt erbjuder till olika målgrupper. Föreningen undviker också att lägga kraft på sådant som inte är efterfrågat. Dessutom ökar förståelsen för vilken information som är viktig för medlemmarna och hur föreningen kan arbeta med att förstärka dialogen.

Resultatet blir ett ökat mervärde till medlemmarna och ett förstärkt och förtydligt varumärke. Vilket är förutsättningar för en långsiktigt hållbar verksamhet och en god ekonomi – utan medlemmar ingen förening.

### Lathundens innehåll

En medlemskartläggning ska helst genomföras varje år för att föreningen ska ha ett efterfrågat och uppdaterat utbud, utifrån en dialog som skapat förutsättningar för engagemang i föreningen.

I lathunden presenteras enkla utgångspunkter för varje steg:

- Definiera målgrupper och utbud
- Genomför undersökning och sammanställ resultat
- Analysera och prioritera
- Kommunicera
- Åtgärda samt följ upp och utvärdera

---

<sup>1</sup> Ingår i det strategiska området *Ridsport på individens villkor* med effektmålet *Ridsporten är flexibel och individanpassad till olika målgrupper*.

## Stöd i arbetet

Det kan krävas en liten insats innan medlemskartläggning finns som en återkommande aktivitet i föreningens årshjul. Kontakta gärna ert ridsportdistrikt eller RF-SISU distrikt för stöd och vägledning i arbetet.

## Definiera målgrupper och utbud

Alla medlemmar har sina speciella behov av service och utbud från sin förening. För att förstå vad era medlemmar efterfrågar och uppskattar behövs en sortering, som sedan kan användas för att styra verksamhetens innehåll och utformning.

Föreningen kan sortera medlemmarna utifrån intresse/roll i föreningen, exempelvis ridskoleryttare/tävlingsryttare/motionär/ledare/förtroendevald/osv. Stäm av hur nöjd medlemmen är med befintligt utbud samt eventuella önskemål om förändringar eller ytterligare aktiviteter. Ge exempel på det som redan finns – kanske känner inte alla till föreningens olika möjligheter?

Antal medlemmar i olika ålderskategorier är bra att känna till. Självklart sorterar föreningen utifrån egna förutsättningar och behov men det kan vara klokt att snegla på Riksidrottsförbundets åldersspann eftersom olika målgrupper kan ha olika möjligheter till stöd och bidrag. I bilaga 1 är målgrupper definierade utifrån Riksidrottsförbundets målgrupper för verksamhetsstöd. Där finns även exempel på aktiviteter till respektive målgrupp samt exempel på projektstöd.

Val av kommunikationskanal kan också vara bra att känna till för att säkra en god dialog. Finns det någon fråga som är aktuell i föreningen kan ni även passa på att fråga om den.

MEDLEMEN utifrån befintligt utbud	ÅLDERSPANN enligt RF	UTBUD och EFTERFRÅGAN vad mer önskar medlemmen?	KOMMUNIKATION via vilka kanaler vill medlemmen kommunicera?	ÖVRIG FRÅGA
Skapa lista utifrån det föreningen erbjuder sina medlemmar, exempelvis lektionsryttare, tävlingsryttare, motionär, förälder, ledare, förtroendevald, annat	Beskrivning av målgrupper utifrån RFs definitioner och grund för bidrag.	Lista de aktiviteter som redan finns i föreningen - kanske känner medlemmen inte till allt och är intresserad av något mer? Fråga också om de önskar något som inte finns på listan.	Beskrivning av föreningens olika kommunikationskanaler	Finns någon eventuellt fråga som är aktuell i föreningen, som är viktig att reda ut? Eller något annat som är bra att passa på att fråga om?

## Tänk efter före

Det är viktigt att ha en idé om hur ni tänker jobba med resultat redan när ni ställer frågorna. Hur ni ställer frågorna styr de svar ni får och därför behöver ni vara på det klara med varför ni frågar det ni gör och vad ni ska göra med resultatet.

## Enkätundersökning

En enkätundersökning är inte bara ett sätt att få svar på hur medlemmarna upplever föreningens utbud. Den ger förutsättningar för att starta en dialog och att informera om verksamhet och aktiviteter i föreningen.

För att få en hög svarsfrekvens ska enkäten innehålla få frågor som är lätta att svara på. Det går bra att bädda in information i själva frågeställningen men det ska helst finnas konkreta svarsalternativ eller gå att svara ja, nej eller vet ej på frågorna. Tar en enkät för lång tid att genomföra blir den ofta inte slutförd. Ge ändå möjlighet att svara annat eller att kommentera en fråga i fri text.

### Exempel på frågor:

1. Vilket intresse/roll har du i föreningen?

Ridskoleryttare  
Tävlingsryttare  
Motionsryttare  
Elitryttare  
Pararyttare  
Förälder/anhörig  
Ideellt aktiv i föreningen  
Annat

2. Vilken ålderskategori tillhör du?

0-12 år  
13-25 år  
26-64 år  
65—år

3. Vilken är din inställning till föreningens utbud?

Bedöm utifrån en skala på 1-5 där 1 är lägsta betyg och 5 högsta.  
Vet ej/Kan ej bedöma  
Medskick (kommentarsfält)

4. Vilka aktiviteter är intressanta för dig?

Nedan finns en lista över föreningens olika aktiviteter. Klicka i de aktiviteter som skulle vara intressanta för dig/ditt barn. Vill du veta mer om någon aktivitet kontakta [mej@mejladress](mailto:mej@mejladress) eller läs mer på [länk till hemsida](#).

Rullista över aktiviteter/utbud

5. Är det någon aktivitet som föreningen för närvarande inte erbjuder som du tycker är intressant? Fyll i fältet nedan.

Medskick (kommentarsfält)

6. Upplever du att du får bra information från föreningen?

Ja/Nej/Vet ej

7. På vilket sätt vill du ha information från föreningen. Välj ett eller flera av nedanstående alternativ.

Exempel på kanaler såsom Hemsida, Mejl, Facebook, Instagram, Anslag på anläggning, etc

Medskick (kommentarsfält)

8. Övrig fråga/ Medskick (kommentarsfält)

## Enkätmejlet

Det är viktigt att medlemmarna förstår hur värdefullt det är att de svarar på enkäten och vad resultatet blir av att de svarar. Exempelvis att det är viktigt för föreningen att känna till vad medlemmarna uppskattar och efterfrågar samt att föreningen kommer att stämma av sin verksamhet utifrån enkätsvaren för att den i möjligaste mån ska möta medlemmarnas önskemål.

Passa även på att informera om föreningen och att påminna om att föreningen består av sina medlemmar och ju mer ni hjälps åt desto bättre och starkare blir föreningen.

Ett sätt att göra mejlet tydligt och enkelt för mottagaren att förstå är att bygga det utifrån:

- Vad ska hända? (stämma av medlemmars nöjdhet och önskemål)
- Varför ska det ske? (skapa en så flexibel och anpassad verksamhet som möjligt)
- Hur ska det ske? (genom att mottagaren besvarar en kort enkät med x antal frågor)
- När ska det vara klart? (enkäten ska besvaras senast datum xx och resultat från enkäten kommer att kommuniceras i föreningen xx).

Avsluta mejlet med att uppmuntra till dialog. Skicka med kontaktinformation samt länk till hemsida/sociala medier för mer information om föreningen.

## Enkätverktyg

Det finns enkla enkätverktyg att använda, både för att skapa själva enkäten men framförallt så hjälper det till att effektivt jobba med svaren. Om föreningen har tillgång till operativsystemet Office 365 finns där enkätverktyget Microsoft Forms, som är enkelt att använda och som sammanställer svar direkt i Microsoft Excel. Ett annat verktyg finns i Google Docs. Länkar till verktygen finns här:

Microsoft Forms: <https://forms.office.com/Pages/DesignPage.aspx>

Google Docs: <https://www.google.se/intl/sv/forms/about/>

## Puffa för enkäten

För att stärka förutsättningarna att få en hög svarsfrekvens på enkäten, kommunicera på flera olika sätt att den är på väg och varför det är så viktigt att medlemmarna svarar på den.

Skriv om det på hemsidan och på sociala medier, ta med information om den till föreningens olika mötesplatser och sammankomster. Det kan vara ridlektioner, träningar, informationsmöten eller liknande.

## Enkätresultat

Fördelen med enkätverktygen är att de presenterar resultatet sammanställt, vilket gör det lättare att sortera och bearbeta.

Enkäten ger svar på vilka aktiviteter som olika grupper är nöjda med och vad de önskar mer av samt hur dialogen med föreningen ser ut. Den visar också storleken på olika målgrupper, vilket kan vara klokt att analysera i sig. Vilka är våra största målgrupper och vilken betydelse har det för föreningen? Är det någon målgrupp som är mindre än vi önskar oss och hur behöver vi då arbeta för att förändra det? Vid kontinuerligt genomförda enkäter kommer föreningen kunna se hur olika målgrupper förändras från år till år. Då är det viktigt att ställa sig frågan varför och vilken effekt det får för föreningen.

### Behov av uppföljande djupintervjuer?

Visar enkäten på något som ni bör veta mer om i en specifik målgrupp? En bra idé är då att välja ut några personer ur målgruppen och genomföra djupintervjuer. I en intervju kan du få djupare svar på frågorna och personen som svarar kan vara mer ärlig och öppen i sina svar utan att påverkas av vad andra tycker. Intervjuer kan också ta fram känslor och upplevelser hos personen.

Det är viktigt att skapa trygghet i samtalet och att det är tydligt för personen att det handlar om att förstå och att kanske kunna förändra.

### Analysera och prioritera

När enkätresultat och eventuella djupintervjuer är sammanställda är det dags för analys. Nedan följer exempel på frågeställningar för att göra er analys:

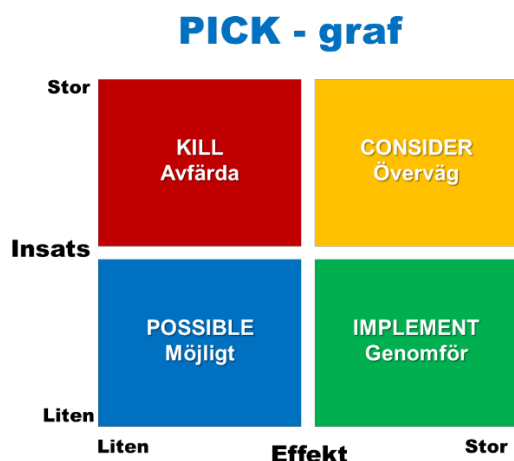
- Är medlemmarna nöjda med den verksamhet som bedrivs? Om inte – varför?
- Vad önskar målgruppen som vi inte erbjuder idag?
- Finns det möjligheter att erbjuda det efterfrågade?
- Skulle de innebära konsekvenser för någon annan målgrupp?
- Skulle det innebära möjligheter för fler målgrupper?
- Vilka insatser skulle detta kräva?
- Är de möjliga att genomföra?
- Finns det målgrupper som ökar/minskar i antal som kräver aktivering?

När ni identifierat några aktiviteter är det klokt att stämma av vad det verkligen kommer att ge innan ni börjar planera för dem.

### PICK- graf

Det finns ett ganska enkelt prioriteringsverktyg att använda, en så kallad PICK-graf. PICK står för Possible, Implement, Consider och Kill och är de olika fälten i en fyrfältare som sorterar aktiviteterna utifrån två perspektiv: Hur stor insats/ansträngning något innebär och vilken effekt/påverkan det får på verksamheten. Effekten kan exempelvis vara hur nöjda medlemmar blir, hur många mer som kan värvas, hur mycket engagemanget i föreningen ökar. Insatsen kan handla om vad det kostar i energi, ideell tid och kraft eller pengar. Fyrfältaren är ett snabbt sätt att uppskatta hur ni kan få ut mest möjliga effekt av minsta möjliga insats.

Placera in aktiviteterna i matrisen utifrån hur stor/liten insats och effekt ni anser att de ger.



**Possible/Möjligt:** Om en aktivitet inte kräver så stor insats så kan man genomföra den även om den inte ger så stor effekt. Men inte högsta prioritet.

**Implement/Genomför:** Dessa aktiviteter ska absolut genomföras – de ger större effekt än er insats.

**Consider/Överväg:** Aktiviteten ger stor effekt men kommer även att innebära en stor insats. Därför behöver resurser nogga övervägas innan man satsar på aktiviteten. Aktiviteten kan bli en stor utmaning som ni behöver vara beredda på att hantera.

**Kill/avfärda:** Lägg inte stora insatser på aktiviteter som ger liten effekt – även om det kanske handlar om hjärtefrågor för vissa inblandade. Spara energin till det som ger effekt.

## Åtgärda - handlingsplan

Efter att de olika aktiviteterna analyserats och värderats är det dags att göra en sista prioritering med hjälp av en handlingsplan. Genom att lista och planera olika aktiviteter i en handlingsplan, identifierar ni vad ni har möjlighet att genomföra utifrån de resurser ni har eller kan skaffa. Det blir tydligt om samma personer ska genomföra många aktiviteter eller om många aktiviteter krockar i tid. Det är bättre att genomföra en aktivitet från början till slut än att påbörja flera aktiviteter som inte finns möjlighet att slutföra.

Handlingsplanen måste hållas levande. Den ska kontinuerligt följas upp och utvärderas. Den får inte bli en statisk mall för hur arbetet borde se ut. Ni måste vara beredda på att ändra i planen om förutsättningarna förändras eller om ni märker att ni inte uppnår de effekter som ni förutspått. Se planeringen som en process där ni kan behöva justera planen utifrån ändrade omständigheter.

### Exempel på mall för handlingsplan

Vad ska vi göra?	Varför ska vi göra det?	Hur ska vi göra det?	Vem/vilka ska göra det?	När ska vi göra det? När ska det vara klart?	Uppföljning - vilken effekt har det fått?

## Kommunicera och skapa delaktighet

Kom ihåg att kommunicera resultatet från enkäten. Det måste inte kommuniceras i sin helhet, utan gärna översiktligt med hjälp av exempelvis grafer eller diagram. Lägg fokus på att berätta vad ni tänker satsa på och hur medlemmarna kan vara delaktiga i arbetet.

Poängtera även om vissa aktiviteter kräver engagemang från medlemmarna för att få till förändring. Låt enkäten bli ett sätt att öka dialog och delaktighet inom föreningen.

## Följ upp och utvärdera

Utvärdera inte bara handlingsplanen, det vill säga att ni genomför planerade aktiviteter och stämmer av om de fått önskad effekt. Fundera över hela processen - i vilken utsträckning nådde ni era målsättningar, vad gjorde ni bra och vad hade ni kunnat göra ännu bättre?

Fortsätt med en tät dialog med medlemmarna och utvärdera verksamheten minst en gång om året. Skapa förutsättningar för att medlemmarna kan vara delaktiga och stärka föreningen i arbetet framåt.

Och kom ihåg – vi är bäst tillsammans! Det finns stöd att få i arbetet, både via ridsportdistriktet och RF-SISU distriktet men ni kan också kontakta centrala förbundskansliet.

Mejla: [maria.thun@ridsport.se](mailto:maria.thun@ridsport.se). Lycka till!