

VERKSAMHETSPLAN 2021–2022

SVERIGE – VARBERG



FÖRETAGARNAS VISION

Företagarna drivs av att utveckla vårt land så att Sverige även i framtiden är ett av de bästa länderna att leva, verka och bo i. Denna utveckling blir först möjlig när företagsamma människor når sin fulla potential och får förutsättningarna att kunna lösa dagens och framtidens problem. Vi vill kunna överlämna ett land och ett samhälle till våra barn och barnbarn som är i bättre skick än det land som vi fick till skänks av tidigare generationer.

FÖRETAGARNAS SYFTE

Företagarna erbjuder nätverk, kunskap och praktisk hjälp samt driver utvecklingen för ett bättre företagarklimat, så att företagare får rätt förutsättningar för att kunna utveckla sin verksamhet och nå sina mål. Genom ett medlemskap ska företagare få bättre förutsättningar att bli framgångsrika, oavsett hur företagaren definierar framgång.

FÖRETAGARNAS ÖVERGRIPANDE MÅL

Stolta i en växande organisation betyder att samtliga inom Företagarna känner stolthet och är benägna att rekommendera ett medlemskap, att bli förtroendevald eller att ta en anställning hos Företagarna. Det är sedan nedbrutet till fem mål:

Medlemmar

Stoltheten hos medlemmarna mäts genom tre mål:

- NPS
- Nyrekrytering: Målet är att stadigt öka nyrekryteringen till 2%, vilket är en förutsättning för fortsatt medlemstillväxt i slutet av år 2022.
- Lojalitet: Målet är att nå en högre lojalitetsgrad och landa på 94% procent i slutet av år 2022.

Förtroendevalda

Stoltheten hos förtroendevalda inom Företagarna är redan idag på mycket höga nivåer så målet är att fortsätta den här fina stolthetsresan.

FOKUSOMRÅDEN FÖR ATT BLI STOLTA I EN VÄXANDE ORGANISATION

För att vi ska bli stolta i en växande organisation finns olika fokusområden för medarbetare, medlemmar och förtroendevalda för att nå våra mål. De senaste åren har medarbetare och särskilt förtroendevalda uppvisat mycket höga värden när det kommer till stoltheten. Däremot har dessa höga värden inte syns hos medlemmarna, vilket gör att vi riktar mer fokus för att lyfta stoltheten hos dem de kommande två åren.

Medlemmar

Upplevelse

Upplevelsen av att vara medlem i Företagarna ska lämna ett positivt avtryck. Relationen inleds redan innan tecknat medlemskap, under hela medlemstiden och även efteråt. Vid varje kontaktyta ska vi på Företagarna upplevas som engagerade, hjälpsamma, modiga, nyfikna, prestigelösa och snabbfotade. Det ska inte spela någon roll om du kommer i kontakt med oss via exempelvis ett telefonsamtal, på sociala medier eller på ett event. Varje medlem eller potentiell medlem ska se fram emot nästa kontakt med oss.

Värdeskapande

Värdet av att vara medlem i Företagarna ska bli ännu större så att vi erbjuder ett medlemskap som inte går att tacka nej till. Värdet uppstår först när medlemmen nyttjar någon del i medlemserbjudandet. Vi ska alltid skapa möjligheter för medlemmen att engagera sig på olika sätt, inte minst i vårt påverkansarbete. Den konkreta affärsnyttan vi erbjuder ska utvecklas så att vi ger medlemmen rätt förutsättningar för att kunna utveckla sin verksamhet och nå sina mål. Företagarna ska vara en kraft att räkna med vid återstarten efter Corona-krisen och ge medlemmen det stöd som behövs.

Berättande

Vi gör mycket bra på Företagarna men vi behöver bli ännu bättre på att berätta om det. Det är viktigt att vi ständigt pratar om den skillnad vi gör för att ge företagare bättre förutsättningar för att bli framgångsrika. Företagarna ska vara en stark röst i debatten och skapa relevanta kampanjer för att lyfta företagarfrågor. Det ska vara en självklarhet för medlemmar, företagare och beslutsfattare varför Företagarna finns.

Förtroendevalda

Göra skillnad

Förtroendevalda är Företagarnas främsta ambassadörer. Engagemang växer ur upplevelsen av att uppdraget är fyllt av glädje och mening. Våra förtroendevalda vill göra skillnad och vara med och skapa de bästa förutsättningarna att driva och utveckla företag i Sverige. I Företagarna har vi stolta förtroendevalda som smittar av sig på medlemmarna.

VERKSAMHETSPLAN 2021–2022

VARBERG

Vårt övergripande mål är en medlemstillväxt i föreningen på 2% årligen.

Handlingsplanen ska säkerställa att vi arbetar på samma sätt i hela organisationen och att vi är anpassningsbara för det som händer i vår omvärld. Frågorna som är kopplade till varje aktivitet ska säkerställa att det vi gör leder till mer stolta medlemmar och förtroendevalda.

STOLTA MEDLEMMAR

MÅL: NPS, NYREKRYTERING, LOJALITET

FOKUSOMRÅDEN: UPPLEVELSE, VÄRDESKAPANDE, BERÄTTANDE

VAD?	Kommunikation
NÄR?	Övergripande kommunikationsstrategi för regionen följs under 2021 samt 2022. Det operativa arbetet med att skapa innehåll till kanalerna sker löpande under årets utifrån strategin.
HUR?	- 2-3 kvalitativa inlägg /år (filmer, reportage, intervjuer, lokala/regionala frågor och händelser) på respektive regions Facebooksida samt "the best of" på Instagram, - tel.samtal till alla medlemmar 1 gång/år Nyhetsbrev regionalt varannan månad.
VARFÖR?	Rekrytera nya medlemmar, öka lojaliteten, berätta om vårt arbete, lyfta medlemmar och förtroendevalda, öka synligheten och skapa stolthet.
VEM?	Lokala styrelsen och regionschef, Marie Axtelius.
UPPFÖLJNING	Vecko-/månadsvisa uppföljningar utifrån statistik.

VAD?	Lokalt påverkansarbete
NÄR?	Löpande utifrån aktuella frågor och händelser samt strategiskt utvalda insatser
HUR?	Debattartiklar 1 på våren - 1 på hösten Debatter i sociala media samt IRL i den mån det kommer gå framöver. Kampanj (ex #4av5jobb, tårtkampanj mm.) Externa kontakter med; <ul style="list-style-type: none">• lokala politiker• Tjänstemannagrupper• Aktörer (Svenskt Näringsliv, Handelskamrar, Ung Företagsamhet m fl.)
VARFÖR?	Påverka lokalt, regionalt och nationellt för att företagare ska kunna bli mer framgångsrika i sitt företagande. Stärka relationer och vara den naturliga samtalsparten i frågor som berör kommunens näringsliv.

VEM? Bidra med kunskap och var en stark kraft och röst att räkna med. Skapa stolthet bland medlemmar över att tillhöra Sveriges största företagarorganisation.
UPPFÖLJNING Lokala styrelsen (Politikergruppen) och Marie Axtelius
Utvärdering löpande av gjorda insatser.

VAD? **Lokala evenemang***
NÄR? Löpande 2021
VAD? Planerade event:
Årsmöte – 8 mars
Digital AW med ölprovning – april
Fest hos Årets Företagare 2020 Taiga - augusti
Näringslivsdagen - 9 september
Varbergsgalan - 22 oktober
Årets Företagare och Årets Unga Företagare
Dela ut gesäll och mästarbrev under Varbergsgalan
Varbergs Största Afterwork – 12 november
Ung Företagsamhet – juryarbete – februari 2022

Löpande under året:
Företagarna knackar på
Politikerträffar
Digitala välkomstmöten för nya medlemmar
Företagarna Young-nätverksträffar
Företagarna live

Förslag på övriga evenemang:
Padelturnering
Gokartrace - Varbergs snabbaste företagare

*Evenemangens utformning och frekvens kan komma att ändras beroende på den rådande situationen och aktuella restriktioner.

VARFÖR? Skapa värde för medlemmarna, nyrekrytering och skapa bra upplevelser.
VEM? Lokala styrelsen (Eventgruppen) tillsammans med NW Event
UPPFÖLJNING Vid större evenemang görs enkät för uppföljning. Deltagarlistor från evenemang skickas till riks för att möjliggöra nyrekrytering.

STOLTA FÖRTROENDEVALDA

MÅL: NPS

FOKUSOMRÅDE: GÖRA SKILLNAD

VAD? **Delta på regionala kickoff**
NÄR? HT 21 (ev.VT 21 om möjligt) och HT22
HUR? Lunch-lunch konferens med kunskap, energi och inspiration.
VARFÖR? Ge energi, kunskap, möjlighet till erfarenhetsutbyten och kontakter samt bygga på känslan av att vi är en organisation (riks, region, lokalt)
VEM? Marie Axtelius
UPPFÖLJNING Enkät skickas efteråt för att utvärdera

VAD? **Delta på regionsinformation samt möten för förtroendevalda.**

NÄR? Regionsinfo 1 ggr/månad till ordföranden i Halland. Möten för förtroendevalda 3-4 gånger per år med utvalda teman (digitala eller fysiska)

HUR? Via mailutskick samla viktig och relevant information till regionen förtroendevalda (inkl. medlemsrapporter, mallar mm.). På ordförandemötena inspirera varandra, dela erfarenheter och bygga en vi-känsla i organisationen.

VARFÖR? Hålla informationen samlad och till en kanal och med samma frekvens samt återkommande forum för erfarenhetsutbyten.

VEM? Marie Axtelius

UPPFÖLJNING Utvärderas vid den årliga kickoffen hur informationsflödet ska fungera.

VAD? **Välkomstmöte nya förtroendevalda (on-boarding)**

NÄR? Efter avslutade årsmöten i mars/början av april

HUR? Genomgång intranät, film, utbildningar, verktyg mm. Via teams eller möten om möjligt

VARFÖR? Välkomna nya förtroendevalda och visa alla möjligheter och verktyg som finns

VEM? Marie Axtelius

UPPFÖLJNING Utvärderas efter genomförda möten.

VAD? **Använda den utvecklade föreningssupporten (service i världsklass)**

NÄR? Löpande och vid behov

HUR? En god dialog med samtliga lokalföreningar och behovsanpassat stöd och service med hög kvalitet. Uppmuntra och supporta föreningarna att;
Delta på regionala och nationella träffar
Välkomna nya medlemmar
Dela ut Årets Företagare
Årsmöten
Skapa lokala medlemsaktiviteter/nätverksträffar och skicka deltagarlistor till riks

VARFÖR? Underlätta, engagera, ge energi, kunskap och ge verktyg till föreningarna så att deras uppdrag som förtroendevalda förenklas och fokus kan vara på att göra skillnad

VEM? Marie Axtelius