

Rekruttering og verveprosess for tillitsvalgte.

Dette er en guide for hvordan tillitsvalgte og lokallag kan jobbe med rekruttering og verving på arbeidsplassen. Her gir vi råd og tips, samt en oppsummerende punktliste for å gi et trykghetsgrunnlag i vervesammenheng.

Ved hjelp av guiden får du et godt utgangspunkt for god vervekommunikasjon og aktivitet i ditt lokallag. Kontakt sekretariatet ved spørsmål og behov for hjelp!



Kapittel 1.



Reflektere og analysere

- Det første trinnet for å rekruttere, aktivisere og beholde medlemmer er å reflektere. Det handler om å definere lokallagets mål og forankre medlemsarbeidet. Diskuter om de pågående aktivitetene dere har/har hatt i lokallaget er i samsvar med Samfunnsviternes vedtekter.

Diskusjonsspørsmål – refleksjon

1. Hvorfor skal dere verve nye medlemmer?
2. Hva gjør dere for at alle skal oppfatte medlemsverving som en viktig oppgave?
3. Kjenner alle til organisasjonens grunnleggende mål? Hvis ikke: hvordan kan det forankres hos flere på en enkel og naturlig måte?
4. Gjør dere de riktige tingene eller gjør dere bare tingene riktig?

Diskusjonsspørsmål – analyse

1. Har lokallaget en åpen eller lukket rekrutteringsbase? Hvordan utnytter dere medlemslistene?
2. Hvordan analyserer vi hvem som er våre potensielle medlemmer, og hvordan når vi dem?
3. Hvordan kan vi forsikre oss om at medlemsarbeidet blir en del av det daglige arbeidet?

Øvelse: "Medlemsmodellen"

Del 1

Begynn med at hver enkelt svarer på spørsmålene under. Noter dine svar, men behold dem for deg selv til å begynne med. Les og besvar ett spørsmål av gangen, før du går videre til neste.

- Hva kreves for at nye medlemmer skal føle seg velkommen hos oss i lokallaget?
- Hvordan er måten vi rekrutterer nye medlemmer på styrende for hvem som faktisk blir medlem?

Når alle har svart, del svarene med hverandre og diskuter i plenum.

Del 2

Start denne øvelsen med at hver enkelt noterer sine svar. Les og besvar ett spørsmål av gangen:

- Beskriv de potensielle medlemmene dere ønsker å nå ut til. Hvem er de, hvor er de?
- Hvordan kan lokallaget endre prosedyrene for rekruttering for å nå disse potensielle medlemmene?
- Finnes det nye arenaer dere kan oppsøke for å finne medlemmer?

Fortell hverandre hva dere har svart og diskuter problemstillingene.

Appellere og rekruttere

- Det neste trinnet er å appellere. Det handler om å identifisere hvem dere skal tilby hva. Dere må få fram det aktuelle budskapet og finne måter å nå målgruppene deres på. For å lykkes med dette er det viktig å finne ut hva medlemmene ønsker av lokallaget. Å spørre er bedre enn å gjette!
- I studeringen kan dere diskutere hvordan rekruttering skjer i dag og hva som eventuelt kan forbedres. «Rekrutteringsvegring», det vil si motstand mot å verve nye medlemmer, er en vanlig utfordring. Denne motstanden kan finnes både i og utenfor oss selv. Ved å overvinne disse hindringene kan vi snu denne utfordringen og skape en organisasjon med «aktiv rekrutteringskultur».

Diskusjonsspørsmål – appellere

1. Hvordan presenterer dere Samfunnsviterne og lokallaget for å appellere til målgruppa?
2. Hvilke kanaler bruker dere? Hvordan kan dere være sikre på at dere når ut til de dere ønsker?
3. Hvordan kan dere bruke markedsføring for å appellere til flere?

Diskusjonsspørsmål – rekruttere

4. Forstår alle i lokallaget hvorfor dere må arbeide aktivt med rekruttering? Hvis ikke, hvordan kan ideen om medlemsrekruttering forankres på en slik måte at den skaper motivasjon?
5. Ser alle i lokallaget det som en naturlig del av sitt arbeid å rekruttere nye medlemmer? Hvis ikke, hvordan kan denne holdningen endres?
6. Hvordan kan dere få øye på, og komme forbi, rekrutteringsmotstanden som finnes på individ-, gruppe- og organisasjonsnivå?
7. Hvem skal gjennomføre rekrutteringsarbeidet i lokallaget deres

Øvelse: Å bli medlem i Samfunnsviterne.

Tenk gjennom spørsmålene under hver for dere. Etterpå deler dere tankene med hverandre. Tenk på en organisasjon du er medlem i:

- Hva var det som fikk deg interessert i denne organisasjonen?
- Hva gjorde at du tok en aktiv avgjørelse om å bli medlem?
- Hvordan ble du mottatt som nytt medlem i lokallaget av denne organisasjonen?

Kanskje har du vært med i flere ulike organisasjoner og lag og har ulike erfaringer. Eller kanskje har du vært med på noe spesielt som gjorde at du valgte akkurat den organisasjonen. Å sammenligne ulike organisasjoner og lag og å analysere ditt eget engasjement bidrar til å belyse hvordan det ser ut i det lokallaget du nå er aktiv i.

Når dere har delt erfaringer og snakket sammen om hva som er grunnen til at man melder seg inn i en organisasjon og blir medlem av et lokallag, kan dere avslutte med å diskutere spørsmålet:

- Hvordan vil dere at deres lokallag skal ta imot nye medlemmer?

Øvelse: Slik når vi ut

- Det finnes mange måter å nå ut med sitt budskap på, enten det gjelder å rekruttere medlemmer eller når det gjelder invitasjoner til aktiviteter. Kanaler kan være e-post, annonser, sosiale medier, offentlige oppslagstavler eller liknende. Øvelsen går ut på å komme på så mange ulike kanaler som mulig for å få ut informasjon.
- Bruk Post-it-lapper hvor alle skriver ned forslag som deretter henges opp på veggen. Kom med så mange forslag som mulig.
- Diskuter fordeler og ulemper ved de ulike kanalene.

Tenk gjennom hvilke kanaler som passer til ulike målgrupper og hvilke dere vurderer som aktuelle for lokallaget

Kapittel 2.

Introdusere og kommunisere



- Det neste trinnet i **Medlemsmodellen** er å introdusere. Det handler om å ta imot nye medlemmer og møte dem og deres forventninger på en god måte. For å klare det må vi finne ut hvilke forventninger de har. Nye medlemmer må få informasjon om organisasjonen og aktivitetene i lokallaget. Nye medlemmer kan trenge kunnskap som man kan ta for gitt at alle vet.

- Det sjette trinnet er å kommunisere. Det handler om å ta imot og håndtere kritikk og utmeldelse. Å snu kritikk til å bli en kilde til lærdom, er viktig og utviklende for organisasjonen også for dere som er aktive tillitsvalgte.
- Behovsanalyse - dekke behovet. Ref. punktliste – se *kapittel 3 verving*.

Diskusjonsspørsmål – introdusere

1. Hvordan sikrer dere at nye medlemmer har realistiske forventninger og får riktig og nok informasjon?
2. Hvordan tar dere imot nye medlemmer slik at de føler seg velkommen?
3. Hvilke medlemsfordeler kan dere tilby og hvordan blir de profilert?

Diskusjonsspørsmål – kommunisere

1. Finnes det rutiner for hvordan styret diskuterer og behandler kritiske synspunkt og misnøye som dere har fanget opp eller fått direkte tilbakemelding på?
2. Hvordan behandler dere konstruktiv kritikk eller klager?
3. Vet dere hvorfor medlemmer melder seg ut?

Øvelse: Medlemsfordeler og fordeler ved medlemskap

- Enkelte organisasjoner er først og fremst flinke til å ivareta medlemmenes økonomiske interesser ved å gi dem fordeler (for eksempel bank og forsikring). Andre organisasjoners hovedoppgave berører ikke nødvendigvis medlemmene direkte, men det finnes fordeler ved medlemskapet (for eksempel å arbeide for en idé). Grensene her er ikke knivskarpe, og det ene utelukker ikke det andre. Hvor stor andel av medlemsmassen som er aktive og passive varierer fra lag til lag. Det kan være interessant å tenke over hvilket fokus egen organisasjon har. Denne kunnskapen kommer til nytte når dere skal planlegge hvordan dere skal møte nåværende og potensielle medlemmer. Er det et poeng at det snakkes generelt her? Bør det ikke henvises til Samfunnsviternes fordeler – og da spørre hvilket fokus lokallaget har for de ulike fordelene (økonomisk eller faglig/trygghet/bistand)

Diskuter:

Har alle samme oppfatning? Hvis ikke: diskuter de ulike synspunktene. Dere trenger ikke bli enige, men det er verdifullt å vite hva de andre mener.

Øvelse: Forbedringer og framgang i laget

- Forhåpentligvis har laget deres mange aktiviteter. Problemet for mange lokallag er imidlertid at det ikke er sikkert alle medlemmene er klar over dette.
- Tenk igjennom hver for dere og noter ut fra egne opplevelser og meninger det du synes er bra med lokallagets aktiviteter. Skriv ned både store og små framskritt og forbedringer som er gjort den siste perioden.
- Når alle har notert stikkord kan dere samle alle sammen på et felles ark eller i et dokument. Da har dere en liste med alle framskrittene som har skjedd og som dere skal være stolte av. Fortell om de gode resultatene!

Diskuter:

- Hvordan informerer dere medlemmene om framgang og hvorfor er det viktig å feire slike "seire"?
- Berømmer og oppmuntrer medlemmer i styret hverandre?
- Gir dere tilbakemeldinger til medlemmer som frivillig bidrar i foreningsarbeidet?

Kapittel 3.

Aktivisere og evaluere

- Det neste trinnet i **Medlemsmodellen** er å aktivisere. Det handler om å få passive medlemmer til å bli aktive. Mye handler om å skape relasjoner til medlemmene: å møtes, snakke sammen, stille spørsmål. Det handler om å forstå psykologien bak alle menneskers behov for å bli sett og få bekreftelse. Passive og aktive medlemmer er ikke nødvendigvis forståelige begreper. Bør det forklares?
- Så er det tid for å evaluere.

Diskusjonsspørsmål – aktivisere

1. Hvordan oppmuntrer dere medlemmer til å aktivisere seg?
2. Kan medlemmene engasjere seg selv om de sier de har liten tid?
3. Vet alle medlemmer at de kan bli aktive i lokallaget?
4. Er det hyggelig, interessant og givende å være aktiv i lokallaget?
5. Hvordan formulerer styret oppgaver slik at de blir tydelige og avgrenset?

Diskusjonsspørsmål – evaluere

1. Hvordan forankrer og følger dere opp målene dere har satt dere?
2. Hvordan kan arbeidet i fremtiden bli evaluert på en mer kreativ måte?
3. Dokumenter. Blir aktivitet og gjennomføringer lagret og tilgjengelig for alle? For kunnskap/erfaring og kompetanseoverføring? f.eks ved å opprette tipsboks/faktaboks slik at lokallaget blir en del av en «lærende organisasjon».

Øvelse: Aktive medlemmer

Hvert par skriver ned forslag på Post-it-lapper.

- Snakk sammen to og to om følgende spørsmål: Hva kan vi gjøre for å aktivisere medlemmene?

Deretter samles alle forslagene og hele gruppa diskuterer forslagene sammen.

NB: Disse lappene må dere ta vare på til neste møte nå dere skal lage handlingsplan.

Kapittel 4.

Handlingsplan

Dette møtet skal i sin helhet dreie seg om framtiden. Nå skal vi gå fra ord til handling. Alle diskusjoner, samtaler, øvelser og ideer fra de forrige møtene er plattformen dere nå skal arbeide ut fra.

Det er lurt og hensiktsmessig å formulere det dere blir enige om å gjennomføre i en handlingsplan. Her er et forslag til hvordan dere går fram:

Start med å systematisere og gruppere de forslagene som har kommet fram i løpet av diskusjonene deres. Sorter dette inn under ulike tema. Eksempler på slike overskrifter eller tema kan være:

1. Møteformer
2. Nye aktiviteter
3. Nye målgrupper
4. Åpne aktiviteter
5. Opplæring
6. Rekruttering
7. Møteplasser
8. Sosiale medier

1) Prioriter hvilke av disse temaene som er viktigst, og hvilke dere vil starte å arbeide med. Å prioritere er viktig, for ofte tenker vi at "vi burde jo gjøre ALT dette": Men vær oppriktige og realistiske og spør dere selv: hvor mye orker vi nå – hva må vente?

2) Hvem gjør hva? La mange være engasjert i arbeidet, men sørg for at én har hovedansvaret for hvert tema eller arbeidsfelt.

3) Tenk igjennom – og ta hensyn til – at det er mye lettere å takke ja til en oppgave som er konkret og avgrenset i omfang og tid.

Når dere lager en handlingsplan med hoved- og delmål kan dere lage en SMART

S	Spesifikt	Hva skal vi gjøre?
M	Målbart	Hvordan kan vi måle at det er gjennomført?
A	Attraktivt	Hvorfor har vi lyst til å gjøre det?
R	Realistisk	Ligger forholdene til rette for at det er gjennomførbart?
T	Tidfestet	Når skal det gjøres?

Kapitel 5.

Arrangement



Et arrangement eller en aktivitet bør alltid ha et klart mål og formål. Fremme Samfunnsviternes, synliggjøre foreningens politikk, rekrutterings-/vervefokus, sosial forankring, tematikk som er tidsaktuell eller av generell interesse for medlemmer/potensielle medlemmer.

Markedsføring

Det viktigste er at ansatte og nyansatte kjenner til og vet hvem som er tillitsvalgt for foreningen på arbeidsplassen. I den forbindelse er det to ting som bør markedsføres:

1. Den tillitsvalgte

2. Arrangementer i regi av lokallaget eller fra Samfunnsviternes sentralt.

- Hils på nye ansatte, presenter deg som tillitsvalgt slik at man får et ansikt å forholde seg til ved senere anledning.
- Heng opp plakat med bilde av deg selv samt info, e-post, tlf.nr, avdeling/seksjon etc. i fellesarealer eller naturlige møteplasser om du har mulighet. Samfunnsviternes sekretariat sender deg plakat eller du kan laste den ned her – ([lenke](#))
- Forhør deg med arbeidsgiver om du har mulighet til å tilegne deg kontaktliste med potensielle medlemmer med relevant fagbakgrunn for utsendelse av felles e-post, f.eks. invitasjoner til arrangementer, info du mener er relevant o.l.
- Ved gjennomføring av arrangementer og aktiviteter, om mulig, hils på og vær tilgjengelig for spørsmål fra alle som deltar (Du er Samfunnsviternes ansikt på arbeidsplassen).
- Vær flink til å bruke profileringsmateriell fra Samfunnsviternes, handlenett, kaffekoppen etc. i møter, i lunsjen og i andre settinger der man møter kolleger. Oppfordre andre medlemmer til å gjøre det samme.
- Forslag til aktivitet: sett opp en stand, f.eks. i lunsjen eller ved inngangen til arbeidsplassen fra morgenen av. Del ut kaffe/frukt osv. Dette kun for synlighet og for at folk ytterligere skal få kjennskap til deg og Samfunnsviternes.

I forkant av et arrangement.

- **Forhør deg med dine medlemmer** om tema som er interessant/relevant
- **Skaff ønskede ressurser** i god tid i forkant (foreleser, kursholder etc.)
- **Sett deg et minstemål for deltagere.** Om dette ikke ser ut til å kunne oppnås, utsett arrangementet.
- **Start i god tid**, send ut (om mulig) en felles mail f.eks. 14 dager i forkant til målgruppen
- **Send påminnelse** til samme gruppe 2-3 ganger
- **Stå på stand 2-3 ganger** ved naturlige møteplasser for kun å promotere arrangementet. F.eks. ved kantinen
- **Sende ut invitasjoner til medlemmer**
- **Medlemslister finner du på Min Side**
Sekretariatet bistår med utsending og påmelding dersom det er ønskelig.
- **Opprett en kontaktliste for ikke-medlemmer som vil motta invitasjon til aktiviteter som er åpne for ikke-medlemmer**
Evt. videresende utsendte invitasjoner fra privat e-post.
- **Opprette Facebook-arrangement**
Se [Facebooks Hjelpesenter](#) for forklaring.
- **Arrangere stands i kantina på arbeidsplassen i forkant av arrangementer**
Profilingsartikler kan bestilles <https://www.samfunnsviterne.no/Om-oss/Logo-og-profil>
- **Lag en enkel plakat** for å profilere arrangementet på arbeidsplasser. Heng opp på styremedlemmenes egne arbeidsplasser. Sekretariatet kan være behjelpelig med å sende digitale plakater til Samfunnsviternes tillitsvalgte på store arbeidsplasser i fylkene. Logo, profilark osv. finner du her <https://www.samfunnsviterne.no/Om-oss/Logo-og-profil>
- **Profiler Samfunnsviterne på arbeidsplassen ved å ta i bruk profileringsprodukter, kopp, nøkkelbånd etc.**
Bestill profileringsmateriell her <https://www.samfunnsviterne.no/Om-oss/Logo-og-profil>
- **Invitere kolleger og venner som ikke er medlemmer**, til å like Samfunnsviternes kanaler i sosiale medier (f.eks. fylkesavdelingens og Samfunnsviterens Facebook-sider)
- **Sett opp e-poster/nyhetsbrev**, eventuelt videresend nyhetsbrevene du mottar til kollegaer eller venner som ikke er medlemmer.



Stand

Standen er kun et blikkfang og møtested for en samtale. En stand bør være så enkel og ren som mulig. Man bør ha noen artikler på stand for å øke interessen, men det er først og fremst de som står på stand som er og skal være av størst interesse med bakgrunn i hva de representerer. Dekk til et bord med en profileringsduk fra Samfunnsviternerne

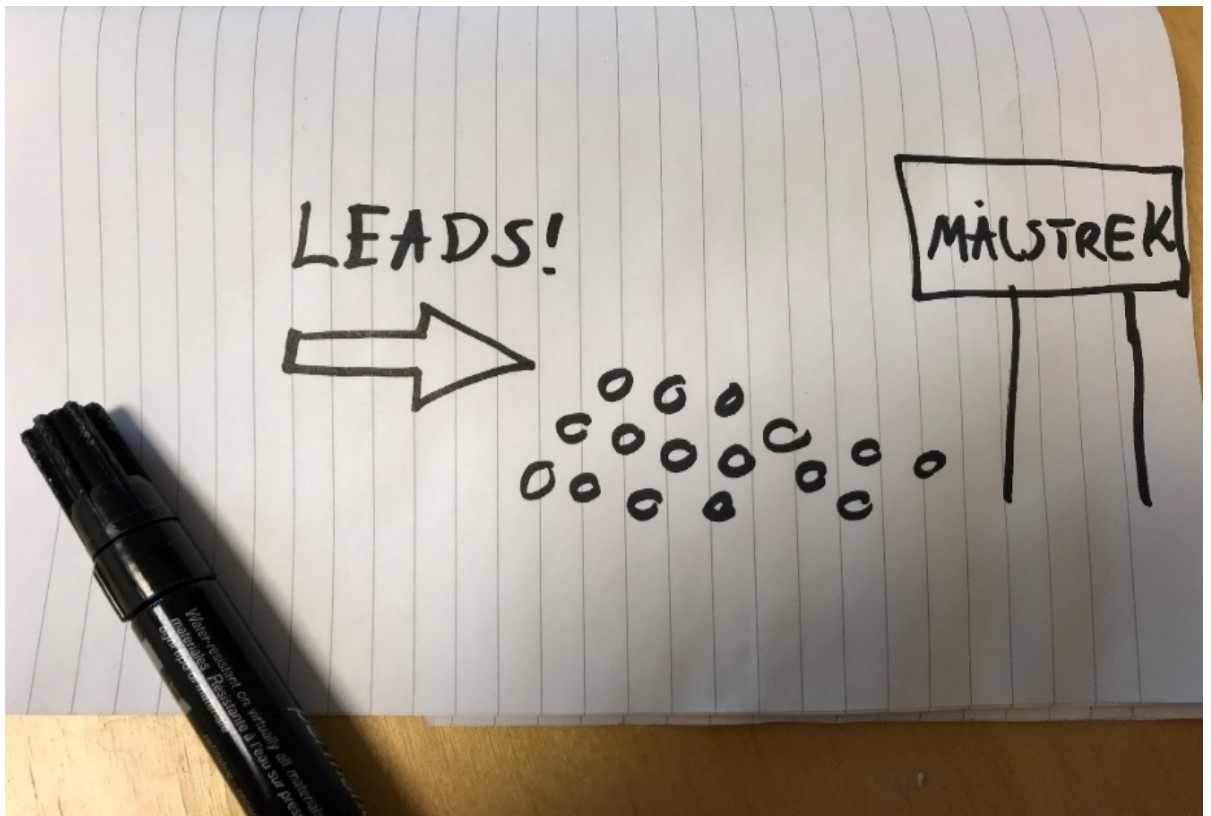
- Alltid ha medlemsbrosjyrer liggende
- Legg profileringsartikler på bordet. Ikke for mye, gjerne kun en håndfull pent dandert.
- Ikke ha private eiendeler synlig på bordet, som f.eks. veske, mobil, drikkeflaske, kaffekopp etc.
- Unngå å sitte. Stå oppreist, det gir et mer positivt inntrykk og det er lettere for interesserte å ta kontakt. Rullér med flere om man skal stå på stand over tid
- Antall mennesker som står på stand samtidig beror litt på standens størrelse. Ved en vanlig stand (et enkelt bord) bør ikke stå flere enn 2-3 samtidig.
- Sett standen der det er naturlig at folk ferdes, men ikke rett ved f.eks. en inngang. Det kan fort by på mye trafikk, forstyrrelser og opphopning av folk.
- Er man flere på stand, er det viktig at det kun er én person som snakker med et potensielt medlem. Om man ikke kan besvare et spørsmål kan han henvende seg til en av de andre, men det kan oppfattes som stressende om flere snakker til én og samme person samtidig.
- Det er hyggelig om man kan tilby kaffe og/eller kake på stand, men selv om kaffen er drukket opp og alle kakene er spist betyr ikke det at man har lyktes med standen. Serveringen kan brukes som et trekkplaster for å kunne innlede en samtale. *Ref. profileringsartikler/giveaways.*
- Planlegger du et større arrangement, kontakt sekretariatet som kan bistå deg om du ønsker en større stand med f.eks. standvegg, standbord, roll-ups etc. *Ref. bistand*



Leads

Leadsarbeid er å innarbeide potensielle medlemmer på en effektiv og profesjonell måte. Mange synes verving er vanskelig, så en forenkling av verving på arbeidsplassen er å videreformidle kontaktinfo til potensielle medlemmer (leads) til sekretariatet slik at de tar seg av vervesamtalen.

- Ha alltid en medlemsbrosjyre tilgjengelig.
- Skaff navn og kontaktinfo til et potensielt medlem. Dette gjøres enkelt muntlig, få aksept for at de kan bli kontaktet av sekretariatet. Eller lag et kontaktskjema, få vedkommende til å skrive på kontaktskjema, da gir de sin aksept til å bli kontaktet. Videreformidle muntlig eller via skjema til sekretariatet per mail eller post (evt.telefon)



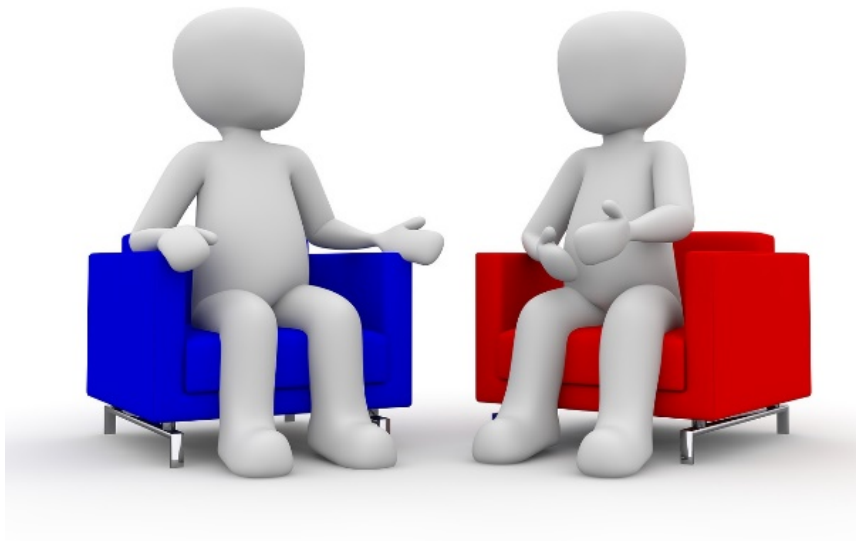
Kapitel 6.

Samtale

Folk er ofte mer nysgjerrige enn man tror, men det fordrer at man tar kontakt og stiller spørsmål!

I samtale med et potensielt medlem er det viktig å være tydelig på hvem du er, hva/hvem du representerer og hva du vil. Samtalen må ha som et klart mål - å kunne presentere et tilbud om medlemskap og de fordeler medlemskapet gir. Det er viktig å la et potensielt medlem få snakke om sine behov og raskt få svar på sine spørsmål. Det er din oppgave som verver å finne ut av hva han/hun føler er viktige temaer tilknyttet et fagforeningsmedlemskap og fokusere på akkurat dette videre i samtalen. Det er ikke et mål i seg selv at du forteller mest

mulig om foreningen og hva vi kan tilby, du skal dekke et behov. Hva behovet er og hva du da skal fokusere på bør komme frem av de spørsmål du stiller og de svarene du får tilbake. Alt annet er i første omgang uvesentlig, ytterligere informasjon kan formidles senere. En lang samtale er ikke nødvendigvis en god samtale i verve/rekrutterings øyemed, keep it short and simple, og kom til saken!



Introduksjon

- Presenter deg selv, din egen rolle i virksomheten og ditt verv.
- Spør om navn og vedkommendes stilling i virksomheten
- Vær imøtekommende og oppsøkende, hils på folk og få øyekontakt. Om du står på stand, geleid/inviter vedkommende bort til standen, slik at man får *litt ro* fra de øvrige som er til stedet.
- Se glad og stolt ut. Du er Samfunnsviternes ansikt på stedet. Fremstår du som trygg og stolt over din forening vil man lettere kunne innlede til samtale og påvirke til medlemskap.

Spørsmålstilling



- Spør om utdanningsbakgrunn, for enklest mulig å avklare om vedkommende er et potensielt medlem eller ikke. På den måten sparer du både deg og det potensielle medlemmet for unødvendig tidsbruk.
- Spør om han/hun er medlem i en fagforening fra før.
- Kjenner du til Samfunnsviternes?
- Har du vurdert fagforeningsmedlemskap? – evt. hvorfor ikke?
- Er det noe du lurer på i forbindelse med fagforeningsmedlemskap?

Dette gir deg et utgangspunkt for en samtale og en mulighet til å presentere foreningen!

Behovsanalyse

Finn ut hva som er viktig for den du snakker med. Prøv så langt det er mulig å unngå ja/nei spørsmål. Suppler da i så fall med et oppfølgingsspørsmål. F.eks.:

- Hva er viktig for deg dersom du skulle bli medlem i en fagforening? (Stikkord kan være trygghet, lønns- og arbeidsvilkår, faglig nettverk, solidaritet, medlemsfordeler, noen som gir deg bistand ved behov, hjelp til lønnsforhandlinger, politikk).

- I hvilke situasjoner i arbeidslivet du tror du det kan være fordelaktig å være fagorganisert?

- Hva savner du på din arbeidsplass, hvilke feil/mangler opplever du på arbeidsplassen, faglig/profesjonelt?

- Har du noen gang følt deg maktesløs/alene/usikker i en arbeidsrelatert situasjon, hva/hvordan/hvorfor?

What do you need?

What can we do?

Dekke behovet

Gjennom den info du har fått tilknyttet vedkommendes fokus (behovsanalysen) er det opp til deg å svare så konkret som mulig på de punkter han/hun har nevnt/snakket om. Der er disse behovene som bør dekkes/tilfredsstilles, alt annet foreningen står for og tilbyr kan formidles senere. I denne delen av samtalen er det viktig at man har foreningskunnskap i bunn i tillegg til kunnskap rundt de konkrete medlemsfordelene. Der det passer seg kan du gjerne bruke deg selv som et eksempel, si noen ord om hvorfor du selv er medlem og hvilket utbytte du føler medlemskapet har gitt deg. I en valgsituasjon kan det være betryggende med personlige og troverdige tilbakemeldinger fra noen de gjenkjenner.

Closing



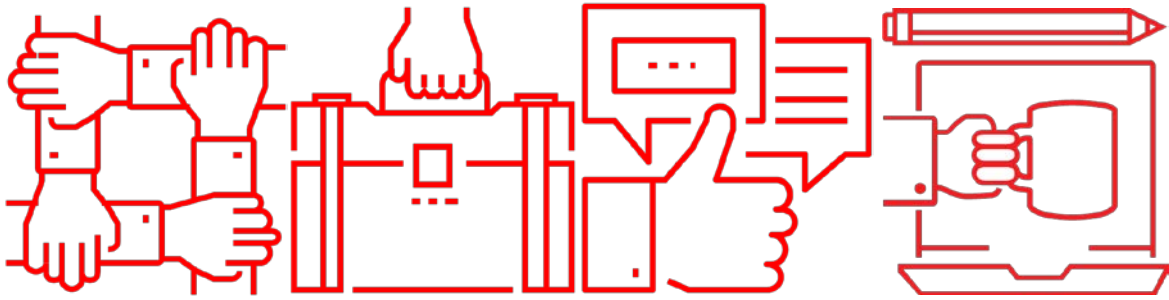
**Always
Be
Closing**

Den mest vanlige årsaken til at man ikke melder seg inn er fordi man rett og slett ikke har blitt spurt. Kom til saken ... spør konkret, ledende og direkte!

Avslutt med f.eks.: Ut ifra det du sier/ slik jeg tolker deg / om jeg tolker deg riktig etc. så høres det ut som om **vi** er den riktige fagforeningen for deg.

- Vil du bli medlem?
- Kunne du tenke deg å bli medlem?
- Du kan bli medlem i dag om du vil?
- Har du lyst til å være med på laget?
- Da er det jo bare å melde seg inn! Skal jeg hjelpe deg med det?
- Eller vil du at noen fra sekretariatet kontakter deg for ytterligere info? (leads - få kontaktinfo via kontaktskjema i brosjyren)

Snakkepunkter



Medlemsprodukter

- **Bank og forsikringsavtalen.** *Avtalene er blant de beste i markedet og sikrer at medlemmene har de beste betingelsene på lån og forsikringer – også over tid.*
- **Lønn.** *Råd og veiledning i lønnsforhandlinger. Samfunnsviternes lønnsstatistikk.*
- **Rabattavtaler.** *Tidsskriftavtale hos Universitetsforlaget. Tilbud hos Brilleland. Strømvavtale hos Fjordkraft. Leiebilavtale m.m.*
- **EVU – tilbud med rabatt**
- **Gratis standardkontrakter**
- **Medlemsblad**
- **Lønnsstatistikk**
- **Karrieresider**

Kompetanse og bistand

- **Juridisk bistand.** *Råd og veiledning i arbeidsrettslige problemstillinger. Juridisk bistand ved problemer på arbeidsplassen.*
- **Privatrettslig rådgivning med rabatt**
- **Råd og veiledning i lønnsforhandlinger**
- **Et godt utbygd tillitsvalgtapparat.**
- **Kurs og konferanser**
- **Arena for nettverk og felleskap**
- **Karriereveiledning.** *Fag og Karrieretilbud for deg som er i starten av karrieren*

Argumenter

- **Identitet**
- **Akademikerne** *jobber for at all lønn skal forhandles på den enkelte arbeidsplass, ikke sentralt på et kontor i Oslo*
- **De ansatte,** *deres tillitsvalgte og deres arbeidsgiver vet best hva som trengs for å løse deres oppgaver og utfordringer.*
- **Med lokale forhandlinger** *på hver virksomhet kan lønnsutviklingen i større grad baseres på utdanning, kompetanse, innsats og resultater.*

Samfunnsviternes verveguide

- **En fagforening** som viser vei for våre medlemmer, som arbeider for et framtidsrettet og trygt arbeidsliv og som bidrar til å synliggjøre våre medlemmers kompetanse i samfunns- og arbeidsliv.
- **En forening** som trekker fram hvorfor din faglige kompetanse er viktig

Greit å vite.

- **Det** er opptil 14 dager behandlingstid på en søknad for medlemskap
- **Det** er 3mnd karenstid etter innmelding
- **Det** er 3mnd utmeldingstid fra 01. i påfølgende måned. Man betaler kontingent i utmeldingsperioden
- **Kontingent betales via Avtale** giro eller E-faktura med månedlige trekk. Samfunnsviterne tilbyr ikke lønnstrekk.
- **Pris** for medlemskap og info om de ulike satsene er alltid tilgjengelig på Samfunnsviternes nettside - <https://www.samfunnsviterne.no/Medlemskap/Kontingent>
Mot sammenlignbare foreninger er samfunnsviterne blant de med lavest medlemskontingent.



Kapittel 7.

Profiler Samfunnsviterne

Trenger du å bestille artikler til samlinger eller for å gi til medlemmer gjøres dette enkelt via nett - <https://www.samfunnsviterne.no/Om-oss/Logo-og-profil>

Givaways/profileringsartikler til å gi bort er først og fremst en interessevekker. Hensikten med profileringsartikler er å fange interessen til et potensielt medlem, for så å kunne få mulighet til å påvirke til en innmelding. Deretter er det en reklame og synlighetsfaktor. Ikke gi ut artikler ukritisk, man skal ha en innledende samtale tilknyttet foreningen/medlemskap eller foreningspolitikk som et minimum før man eventuelt gir bort profileringsmateriell. Det er absolutt ikke feil å si at giveaways er forbeholdt medlemmer, de som blir medlem eller de som vurderer medlemskap! I dag har vi disse artiklene som du kan bestille fra sekretariatet:

- Nøkkelbånd
- Hvite Kaffekopper
- Samfunnsviterne pins
- Refleksbånd
- Handlenett
- Penner
- Drops
- Brosjyrer

Kontakt oss om:

- Verving, bestilling, hjelp vedr. arrangement, info vekst, leads, div.
- Medlemsfordeler, bestilling, publiseringer, teknisk support, div:
- Utlegg/refusjoner (fylke) fagsamlinger, kurs/foredrag/seminarer:
- Bestillinger, hjelp vedr. arrangement, teknisk support, leads, div:
- Politikk og formidling

E-post: post@samfunnsviterne.no

Telefon 22 03 19 00

Spørsmål om lønn og arbeid - for medlemmer

Tlf: 22 03 19 05

E-post: bistand@samfunnsviterne.no