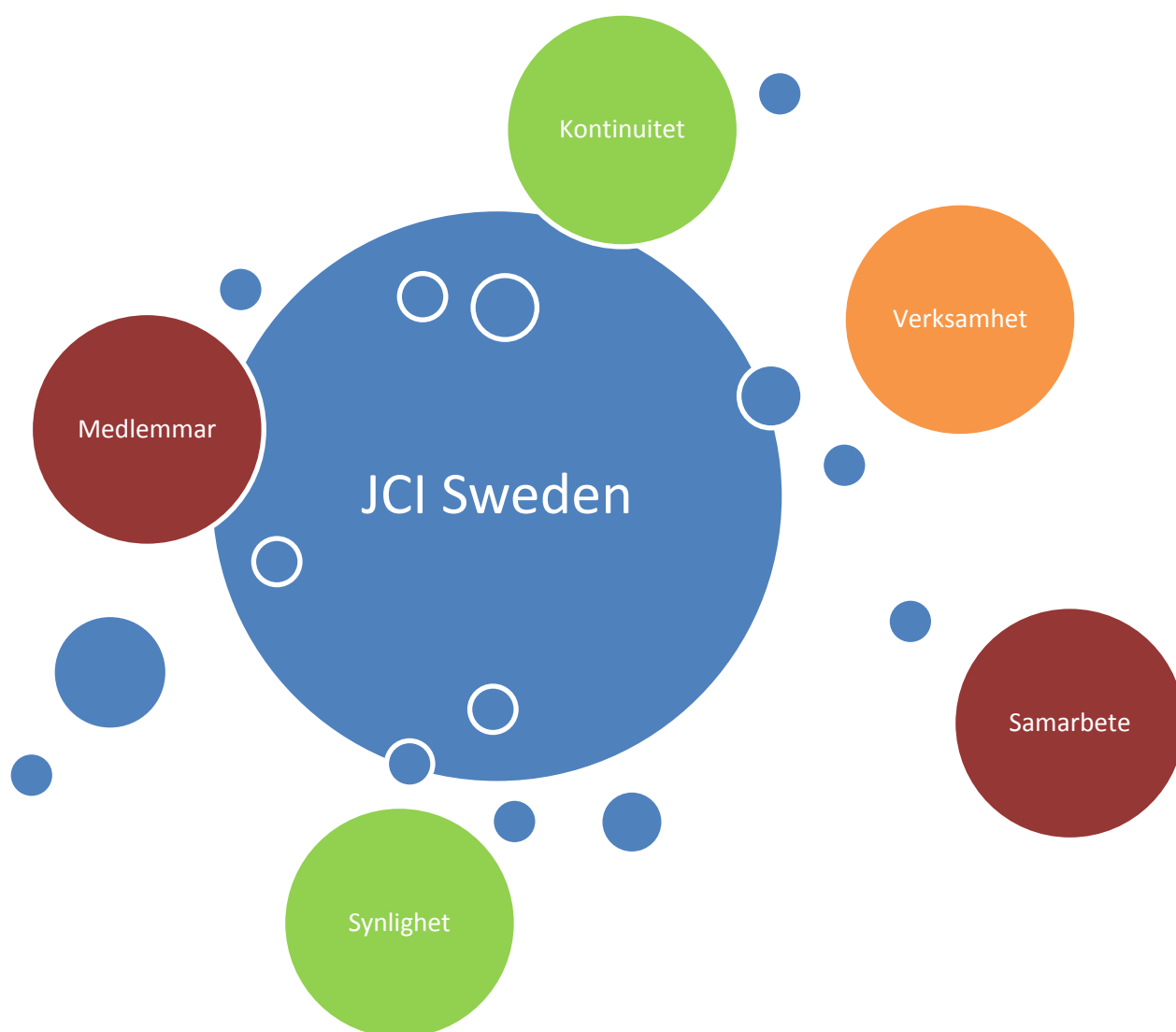


# FastTrack 2016

Strategisk framtidsplan 2014-2016

JCI Sweden



Junior Chamber International  
– en internationell organisation med ett uppdrag

*To provide development opportunities that empower young people to create positive change.*



# Strategisk framtidsplan 2014-2016

## JCI Sweden

Kära JCI-medlem,

Vi som har varit medlemmar ett tag älskar JCI! Vi tycker att det är en fantastisk organisation som har gett oss möjligheter att växa som människor, utveckla olika kompetenser, samt utöka vårt nationella och internationella nätverk. Vi har rest, vi har festat, vi har umgåtts, vi har planerat och fixat, föreläst och deltagit. Vi har också haft tillfällen att ge tillbaka.

Idag behöver JCI Sweden en kraftsamling för att inte dö ut som organisation! Med den här strategiska framtidsplanen vill vi bidra till att många efter oss också får de möjligheter vi har fått som medlemmar. Tillsammans kan vi påverka vår omvärld i en positiv riktning. Därför är det värt att arbeta för att JCI Sweden igen ska bli den organisationen vi vet den kan vara!

Det här dokumentet ska fungera som ett stöd och ge strategiska riktlinjer till kommande nationella och lokala styrelser.

Vi litar på att Du kommer att göra ett fantastiskt jobb med att konkretisera planen!

Strategisk kommitté

November 2013

## Fokusområden

Medlemmar

Verksamhet

Samarbete

Synlighet

Kontinuitet

# Medlemmar

Antalet aktiva medlemmar ligger idag över 150. Vi behöver öka medlemsantalet och antal aktiva kammare för att kunna fungera som organisation. För att kunna attrahera flera och "rätt" medlemmar behöver vi definiera **målgruppen**. Vilka ska vi rikta oss till och varför. Var finns dem? Vad har JCI att erbjuda till just dem? Eftersom man efterlyser en förnygring inom JCI Sverige kan **studenter och unga entreprenörer** utgöra huvuddelen av målgruppen. Varje nationell styrelse och kammare bör definiera sin specifika målgrupp. Vem ska vi rikta oss till under året? Hur når vi dem? Är det samma målgrupp som förra året? Varför eller varför inte?

## 1. Antal medlemmar

För att nå målgruppen behöver vi arbeta med följande:

- **Rekryteringsprocess:** vilka aktiviteter fungerar? Hur följer vi upp (ansökan, betalning, välkomstbrev etc.)? Vi utvecklar nationella rutiner och mallar. Lokala medlemsansvariga ser också till att nya medlemmar aktiveras och snabbt engagerar sig i verksamheten (Utan att för den delen tvinga in dem i en projektledarroll som kommer att bränna ut dem!) för att de ska trivas och stannar som medlem så länge som möjligt.
- **Informationsmaterial:** vi tar fram ett nationellt informationsmaterial som kan användas lokalt.

## 2. Nya och befintliga lokala kammare

Vi behöver förstärka befintliga kammare. Därefter kan vi också utöka nätverket genom att starta eller starta om ett antal lokala kammare. Fokus ska ligga på att få välfungerande kammare med tillräcklig många medlemmar och bra överlämning från år till år.

### MÅL 2016

JCI Sweden räknar 300 medlemmar. JCI Sweden består av 10 aktiva kammare. Varje kammare har minst 20 medlemmar. Det finns nationella mallar och rutiner för rekrytering. Det finns ett nationellt informationsmaterial.

## Övriga förslag

JCI Sweden och Senaten skapar en kommitté som stödjer den nationella styrelsen under 2014-2016 i frågor som rör rekrytering och uppstart av lokala kammare. Kommitté följer upp och rapporterar.

# Verksamhet

Det drivs ett antal bra projekt som drivs inom JCI Sweden. Varje projekt har stark lokal förankring, men det saknas samordning och erfarenhetsutbyte mellan kammare. Vi tar tyvärr inte tillvara på de kunskaper och erfarenheter som ett projekt gett när vi startar och driver nya lokala projekt.

Vad består vår verksamhet av?

- **Kortare aktiviteter:** t.ex. föreläsningar, träningar, nätverksträffar
- **Längre projekt:** kurs i styrelsearbete, Sundsvall Business Award, nationella kongresser, Crayfish Party, TOYP, Business by ME, European Academy, julklappsprojekt m.m.
- **One year to lead:** styrelsearbete krävs för att organisationen ska fungera. För många är de också ett sätt att utveckla sin kompetens och skaffa sig erfarenhet. Det handlar bl.a. om hantering av ekonomi, kommunikation (internt och externt), kontakt med näringslivet och sponsorer, samt medlemsrekrytering.

För att vi ska påverka världen på ett positivt sätt kan vi inte enbart arrangera interna aktiviteter för medlemmar och potentiella medlemmar utan vi måste rikta oss utåt och synas i samhället! Aktiviteter och projekt kan rikta sig till olika målgrupper: näringslivet, barn, ungdomar, etc.

## 1. European Academy (EA)

European Academy arrangeras av JCI Göteborg och är en unik internationell ledarskapsutbildning inom JCI för inkommande ordföranden. Projektet ger JCI Sweden en avundsvärd ställning internationellt. EA bör därför få allt stöd från JCI Sweden och från övriga lokala kammare. Lokala kammare bör också utnyttja möjlighet att skicka sina inkommande styrelsemedlemmar till EA.

## 2. Ett nationellt projekt

Efter utvärdering av existerande projekt, identifierar JCI Sweden ett eller flera projekt som hela Sverige driver, gärna flera år. Man skapar ett enhetligt budskap för marknadsföring och kommunikation kring projektet. Erfarenhetsutbyte och samverkan mellan kammare ger möjligheter att få större utväxling och snabbt få ett bättre projekt. Förslag på existerande projekt som skulle kunna bli nationella projekt är: Business by ME och TOYP.

### MÅL 2016

- JCI Sweden driver minst ett nationellt projekt årligen där alla lokala kammare deltar. Projektet uppmärksammas i både lokal och nationell media. Projektet bidrar till att påverka omvärlden på ett positivt sätt och sprida JCI:s värderingar.
- Varje kammare skickar minst en kandidat till European Academy.
- Det finns ett nationellt system eller forum för erfarenhetsutbyte mellan kammare.

## Övriga förslag

En kommitté tar fram ett basprogram som alla lokala kammare kan använda sig av. Huvudinriktningen kan vara projektledning och bestå av korta utbildningar och föreläsningar som hålls av senatorer och tidigare medlemmar. Detta program skulle kunna fungera som en mall för aktiviteterna under ett år och stödja de lokala programansvariga.

# Samarbete

Samarbetspartner kan bidra med finansiering, fungera som rekryteringskälla eller erbjuda mervärde till våra medlemmar och vår organisation. Ett bra samarbete förstärker båda parter. Vi åstadkommer något tillsammans och vi syns tillsammans.

Vi kan ingå samarbete med näringslivsaktörer eller med andra ideella medlemsorganisationer.

Av erfarenhet vet vi att det är svårt att knyta till sig nationella samarbetspartner när verksamheten drivs lokalt. Lyckas vi driva ett nationellt projekt blir det då lättare att sälja in ett nationellt partnerskap. Det är också lättare att få sponsring för ett specifikt evenemang eller projekt än att för "vår verksamhet under året". Här måste man vara kreativ och erbjuda t.ex. bolag att sponsra ett antal av sina medarbetare med ett medlemskap.

## 1. Identifiera potentiella samarbetspartner

Utgår ifrån målgruppen: studenter och unga entreprenörer. Gör en lista på potentiella samarbetspartner lokalt och nationellt.

## 2. Knyta samarbetspartner till nationella eller lokala projekt

Utgår ifrån både målgruppen och det specifika projektet: vem vill synas i sammanhang?

Använd befintligt material och tidigare resultat för att presentera projektet. Utnyttjar JCI-nätverket, både senatorer och medlemmar!

Ta fram nationella mallar för avtal och rutiner för t.ex. exponering av partner.

Följ upp och utvärdera samarbetet årligen!

### MÅL 2016

- JCI Sweden har knutit till sig minst 2 samarbetspartner för varje nationellt projekt.
- Varje lokal kammare har minst 4 samarbetspartner.
- Samarbetspartner bidrar med tydliga resurser i form av pengar, arbetstid eller annat värdefullt.
- Samarbetspartner är nöjda med samarbete.

## Övriga förslag

För att få en bra översikt om alla befintliga partner bör alla avtal samlas nationellt. Det ska vara tydligt för alla vilka företag eller organisation är partner eller sponsor.

# Synlighet

*"Syns man inte, ..."*

När vi fokuserar på verksamheten och driver ett antal bra projekt har vi då också något att marknadsföra. Marknadsföring av våra aktiviteter är ett enkelt sätt att synas. Vi får inte heller glömma att informera om och marknadsföra våra resultat: stort antal deltagare som samlas kring ett projekt, pengar skickade till Nothing but Nets, tävlingsvinnare etc.

Då vi inte har resurser för annonser och stora kampanjer, måste vi lära oss att hantera både traditionella och sociala media, samt utnyttja våra samarbetspartner på ett strategiskt sätt.

## 1. Sociala media

Vi använder sociala media i större utsträckning! Vi synkroniserar våra nationella och lokala satsningar. Vi marknadsför våra aktiviteter. Vi berättar om vad vi gör och åstadkommer.

## 2. Press

Varje kammare arbetar med pressmeddelanden. Den nationella styrelsen hjälper till och bidrar med uppdaterade mallar.

## 3. Samarbetspartner

Vi exponerar våra samarbetspartner. Vi syns också hos våra samarbetspartner: på hemsidan, i deras lokal, i nyhetsbrev eller annat utskick. Vi nämns av våra samarbetspartner och de berättar om vårt samarbete med stolthet!

### MÅL 2016

- JCI Sweden marknadsför alla större aktiviteter och projekt.
- JCI Sweden syns och är aktivt i sociala media.
- För varje projekt finns det en marknadsföringsplan som inkluderar både press och sociala media.
- Varje kammare skriver minst ett pressmeddelande per år som leder till en artikel i den lokala pressen. Den nationella styrelsen skriver minst två pressmeddelande som leder till publikation.
- 20 % av befolkningen har hört talas om JCI; 10 % vet vad organisationen gör eller står för.

### Övriga förslag

JCI Sweden skapar ett My Newsdesk konto där alla pressmeddelande från olika kammare samlas.

# Kontinuitet

I dagsläget är principen "one year to lead" både en styrka och en svaghet inom organisationen. På nationell nivå finns det därför en Secretary General som slår vakt om just kontinuitetsfrågor. På lokal nivå är det styrelsens LPP (Local Past President) som är den främsta källan till kontinuitet i form av organisatoriskt minne. Hen har troligtvis två år i styrelsen bakom sig men har kanske ingen kunskap om vad som hände längre tillbaka. I bästa fall ligger ett antal dokument på intranätet som man kan hänvisas till. Det kan också finnas några rutinerade medlemmar eller senatorer som vill hjälpa till.

Gott minne och god vilja kan struktureras och systematiseras!

## 1. Mentorskap

För att behålla rutinerade medlemmars erfarenhet och samtidigt ta tillvara nya styrelseledamöters entusiasm inför vi mentorskap inom organisation.

- **Mentorer:** tidigare aktiva medlemmar eller senatorer som har en vilja att finnas till hands för frågor av både praktisk och mer abstrakt karaktär.
- **Adepter:** styrelseledamöter och projektledare.
- **Hur?** Mentorskapets utformning avgörs av de involverade parterna. Riktlinjer och ett matchningssystem tas fram av Senaten.

## 2. Filarkiv

För att underlätta arbetet för nya styrelseledamöter och projektledare har vi ett strukturerat nationellt filarkiv som är lätt tillgängligt på intranätet. Där finns bl.a. information om tidigare styrelser, projektdokument, information om samarbetspartner och sponsorer.

Huvudansvaret för att upprätthålla registret ligger på den nationella styrelsen. Varje lokal kammare ser till att sitt material förvaras i det nationella filarkivet.

## 3. Överlämning

En bra överlämning är en del av styrelsearbetet. Varje kammare tar ansvar för att överlämning sker till nästa års styrelseledamöter och nya projektledare. Material, dokument och "lessons learned" överlämnas i god tid till den som tar över.

### MÅL 2016

- JCI Sweden har tydliga överlämningsriktlinjer som hjälper lokala kammare att lämna över styrelsearbetet och projektansvar vid årsskiftet. Inget faller mellan stolarna.
- Alla viktiga dokument och kontaktuppgifter är lättillgängliga i ett nationellt digitalt arkiv.
- Medlemmarnas kunskap och erfarenhet tas till vara genom internt mentorskap.

## Övriga förslag

JCI Sweden och Senaten skapar en kommitté som stödjer SG under 2014-2016 i frågor som rör kontinuitet på lokal nivå. Kommitté föreslår konkreta åtgärder, följer upp och rapporterar.



# Strategisk kommitté 2013

Vi som har bidragit till författning av det här dokumentet är:

Bertil Thunberg, Catharina Peterson, Torbjörn Gustavsson och Virginie Delporte.

Övriga som har bidragit med input är:

Christer Ridström, Margaretha Eriksson, Martin Gustafsson och Stefan Thorberg

Underlag för arbetet har bl.a. varit:

- SWOT-analys med styrelserna för Senaten och JCI Sweden
- Input från inkommande styrelsen
- Andra strategiska framtidsplan
- Bertils erfarenhet
- Övriga diskussioner med medlemmar och senatorer
- En stor dos sunt förnuft och mycket kärlek till JCI .