

# Øget værdi af medlemskabet

Djøfs strategi 2025

(vedtaget af  
repræsentantskabet  
den 29. april 2022)

# Strategi 2025

# Størst værdi skabes med afsæt i medlemmets behov

Djøf er dannet af medlemmerne for medlemmerne, og vores vigtigste opgave er at varetage medlemmernes interesser.

Det gør vi ved at arbejde for medlemmernes **vilkår i arbejdslivet**, ved at understøtte deres **faglige og karrieremæssige udvikling**, og ved at være **medlemmernes og fagenes stemme** i den offentlige debat.

Men djøfernes arbejdsliv er i **bevægelse**. Den fysiske arbejdsplads suppleres af den virtuelle, den lineære karriere afløses af multifase-arbejdslivet, og kravene til fortsat kompetenceudvikling stiger. For blot at nævne nogle af de bevægelser, der fylder.

Og i foreningen Djøf skal vi **bevæge** os med medlemmerne. Først og fremmest skal vores fokus altid være på medlemmernes **behov** – i dag og i fremtiden.

Og Djøf skal **betyde** noget for medlemmerne. Det gør vi på mange områder allerede for foreningens næsten 110.000 medlemmer. Men på andre områder skal vi arbejde med at komme **tættere på medlemmerne** for at kunne tilbyde en rådgivning, en event eller et fællesskab med andre medlemmer, der virkelig betyder noget.

Det skal kunne mærkes, at Djøf er medlemmernes forening. Både ved at foreningen faciliterer møder, netværk og forbindelser mellem medlemmerne, og ved at medlemmerne oplever, at medlemskabet betyder noget i **deres arbejdsliv**.

Medlemmerne i Djøf er meget tilfredse, når de bruger foreningen. Men ikke alle får øje på de muligheder, der er for dem. Derfor er det et vigtigt mål med Strategi 2025, at flere medlemmer får et klart billede af, hvad netop de kan bruge medlemskabet til, og dermed opnår **højere tilfredshed** med medlemskabet og **lyst til at forblive medlem**.

# Mål for 2025

125.000 medlemmer

Mindst indeks 80 i medlemstilfredshed



# Sådan når vi i mål

O1

At komme tættere på medlemmerne

Vi ønsker at understøtte, at medlemmerne finder og dyrker interessefællesskaber. Det kræver, at vi møder medlemmerne og ved, hvad der optager og bevæger dem. På den måde ønsker vi at skabe tilbud, der rammer tættere på medlemmet.

O2

At bevæge os fra produkt til behov

Vi ønsker altid at tage afsæt i medlemmets behov for dermed at sikre, at vores tilbud og ydelser matcher medlemmets livssituation – hele vejen.

O3

At skabe fællesskab og følgeskab

Flere medlemmer skal opleve Djøf som levende, engagerende og bevægende og som en fælles stemme, der sikrer, at medlemmernes bidrag i samfund og erhvervsliv bliver hørt og anerkendt.

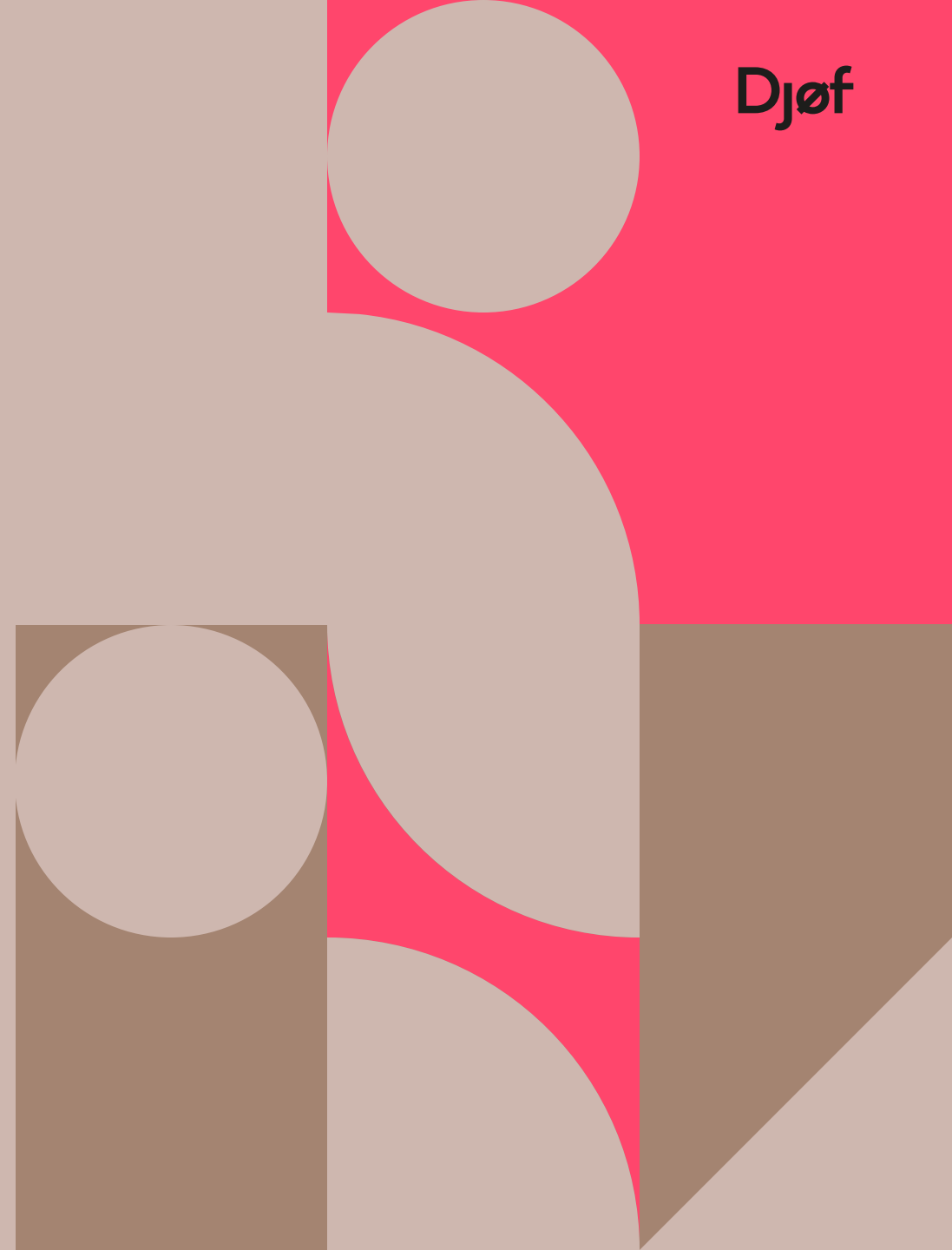
O4

At arbejde for at arbejdslivets vilkår matcher et arbejdsliv og -marked i bevægelse

Arbejdsmarkedet er i bevægelse. Derfor skal Djøf som organisation hele tiden bevæge sig med vores medlemmer og løbende udvikle vores politiske positioner og tilbud, så de matcher medlemmets arbejdsliv og aktuelle behov.

# O1

## Tæt på medlemmet – vores interessefællesskab



# Djøf – et betydningsfuldt og nærværende interessefællesskab

Medlemmet skal mærke, at Djøf er tæt på og forstår medlemmet og dets arbejdsliv.

Det kræver, at vi møder dem i deres interesser, livssituation eller sektor og ved, hvad der optager og bevæger medlemmerne.

Det kan ske ved at facilitere interessefællesskaber og erfaringsudveksling, fx ved medlem-til-medlem aktiviteter og ved at arbejde yderligere med særlige medlemsgrupper såsom karrierestartere og ledere.

På den måde ønsker vi at komme endnu tættere på det enkelte medlem og derigennem sikre, at flere vil både blive og forblive medlem.

# Eksempler på indsatser



Fastholdelse af karrierestartere

Djøf vil i den kommende periode have særligt fokus på fastholdelse af målgruppen karrierestartere (studerende på de sidste to år af deres uddannelse til fem år efter, altså medlemmer i starten af deres karriere).



Fokus på ledelse

Derudover vil Djøf udvikle og øge relevansen af medlemstilbud og kommunikation til de medlemmer, der er ledere, samt til de mange medlemmer, som aspirerer mod ledelse.

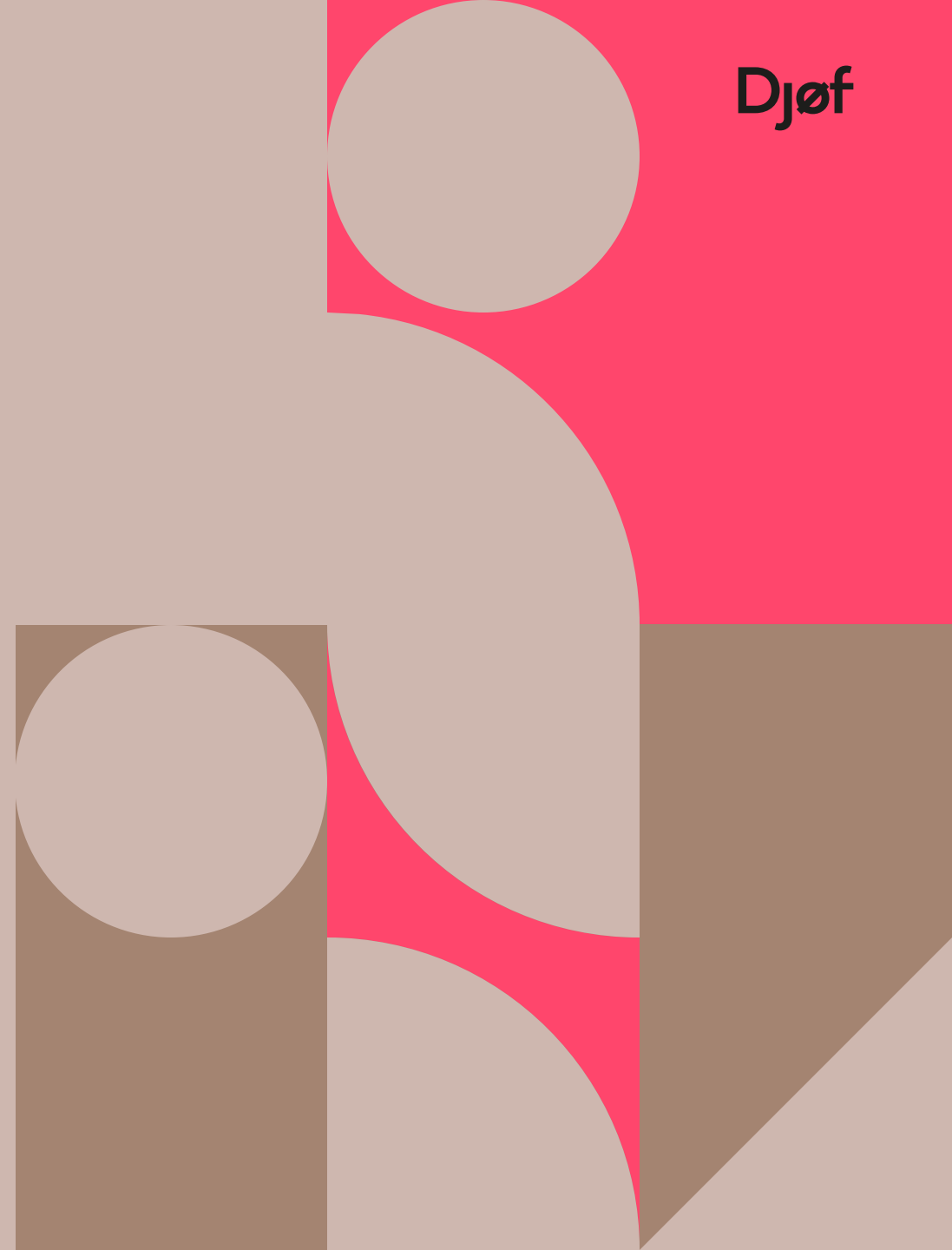


Vi har fokus på karriereudvikling. Med personlige samtaler og rådgivning. Med stærke netværk. Med kurser og uddannelse, der bygger nye kompetencer og spejler en virkelighed i konstant forandring. Samt ved at tilvejebringe viden og udvikling, der sikrer medlemmerne mulighed for faglig opdatering gennem hele arbejdslivet.

(fra Djøfs kernefortælling)

# O2

## Fra produkt til behov – øget fokus på medlemmets behov



# Størst værdi skabes med afsæt i medlemmets behov

Det enkelte medlem skal opleve en høj værdi af sit medlemskab af Djøf.

Det vil vi sikre ved altid at tage vores afsæt i medlemmets behov og ved at have særlig fokus på, at vores tilbud til det enkelte medlem matcher medlemmets livs- og karrieresituation – hele vejen.

Ved altid at tænke i og kommunikere i tråd med det enkelte medlems behov før foreningens produkt, vil vi sikre målrettede og relevante tilbud og dermed øge værdien af medlemskabet for det enkelte medlem.

# Eksempler på indsatser



Møde medlemmets behov



Vi skal ikke kun levere gode målrettede tilbud til vores medlemmer, men også levere dem på en måde, som møder medlemmets behov – fx ved at tænke anderledes ift. valg af kommunikation og i at gøre tilbud nemt tilgængelige. Fx kan det give mere værdi for medlemmet, hvis hun kan lytte til podcasts med artikler fra Djøfbladet fremfor selv at læse dem – eller at se det interessante arrangement eller foredrag som online-video, når hun har tid.



Målrettede tilbud gennem øget samspil med medlemmerne



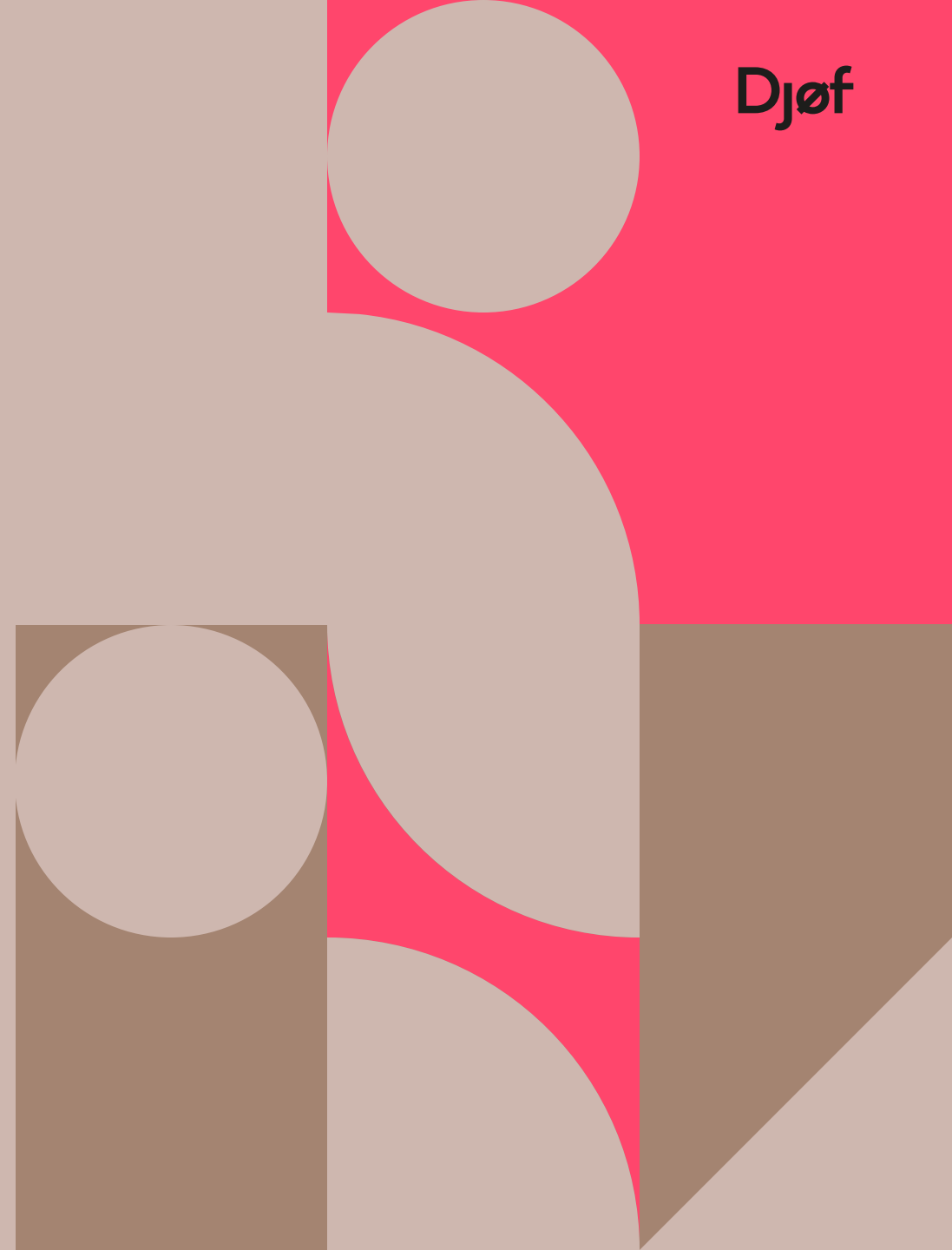
Udviklingen af tilbud skal ske i samspil med og ved inddragelse af vores medlemmer for at sikre bedre forståelse af livsfaser og behov. Det kræver også yderligere udvikling af vores brugerrejser samt styrket servicedesign for at understøtte mere personaliserede tilbud samt muligheden for medlemsdialog.

Udadtil er Djøf den fælles stemme, der sikrer, at medlemmernes bidrag i samfund og erhvervsliv bliver hørt og anerkendt. Og som markerer sig tydeligt, ansvarligt og konstruktivt i den offentlige debat. Fordi vi gerne vil bevæge. Og bevæge os.

(fra Djøfs kernefortælling)

# O3

## Fællesskab og følgeskab – vi engagerer



# Djøf skal begejstre, bevæge og engagere samt skabe forståelse, fællesskab og følgeskab

Flere medlemmer skal opleve Djøf som en fælles stemme, der sikrer, at medlemmernes bidrag i samfund og erhvervsliv bliver hørt og anerkendt.

Det vil vi opnå ved at arbejde målrettet med Djøfs kommunikation, herunder brand, så det opleves som mere levende, engagerende og bevægende.

Vi vil arbejde for et styrket omdømme og image for Djøf og djøferne. Det vil vi gøre ved at fortsætte de seneste års arbejde med at levere konstruktive indspark i samfundsdebatten sammen med engagerede medlemmer.

Vi vil i den kommende periode fokusere på dagsordener tæt på medlemmerne og øge inddragelse af og kommunikation til medlemmerne om disse.

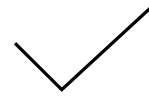
# Eksempler på indsatser

Djøf Agenda  
- 'Et  
arbejdsliv i  
bevægelse'



Djøf introducerer et nyt koncept, Djøf Agenda, der skal skabe et dagsordensættende fokus, som inden for et specifikt emne kan indeholde både politiske udspil og konkrete aktiviteter rettet mod medlemmerne. Djøf Agenda vil i første omgang sætte fokus på 'Et arbejdsliv i bevægelse', men kan rumme mange andre emner.

Dagsordener  
tæt på  
medlemmerne



Vi vil i vores politiske indsatser arbejde med proaktive dagsordener, der både kan rumme større samfundsmæssige temaer, men også dagsordener helt tæt på vores medlemmer, og som vi kan udforme i dialog med vores medlemmer.

Udvikling af  
kommuni-  
kation,  
herunder  
brand



Djøf vil arbejde på at implementere og stadfæste Djøfs nye kommunikations- og brandplatform. Det betyder en ny tone-of-voice i vores kommunikation og i vores møde med medlemmerne, samt ny visuel identitet, herunder bl.a. logo, farver og billeder.



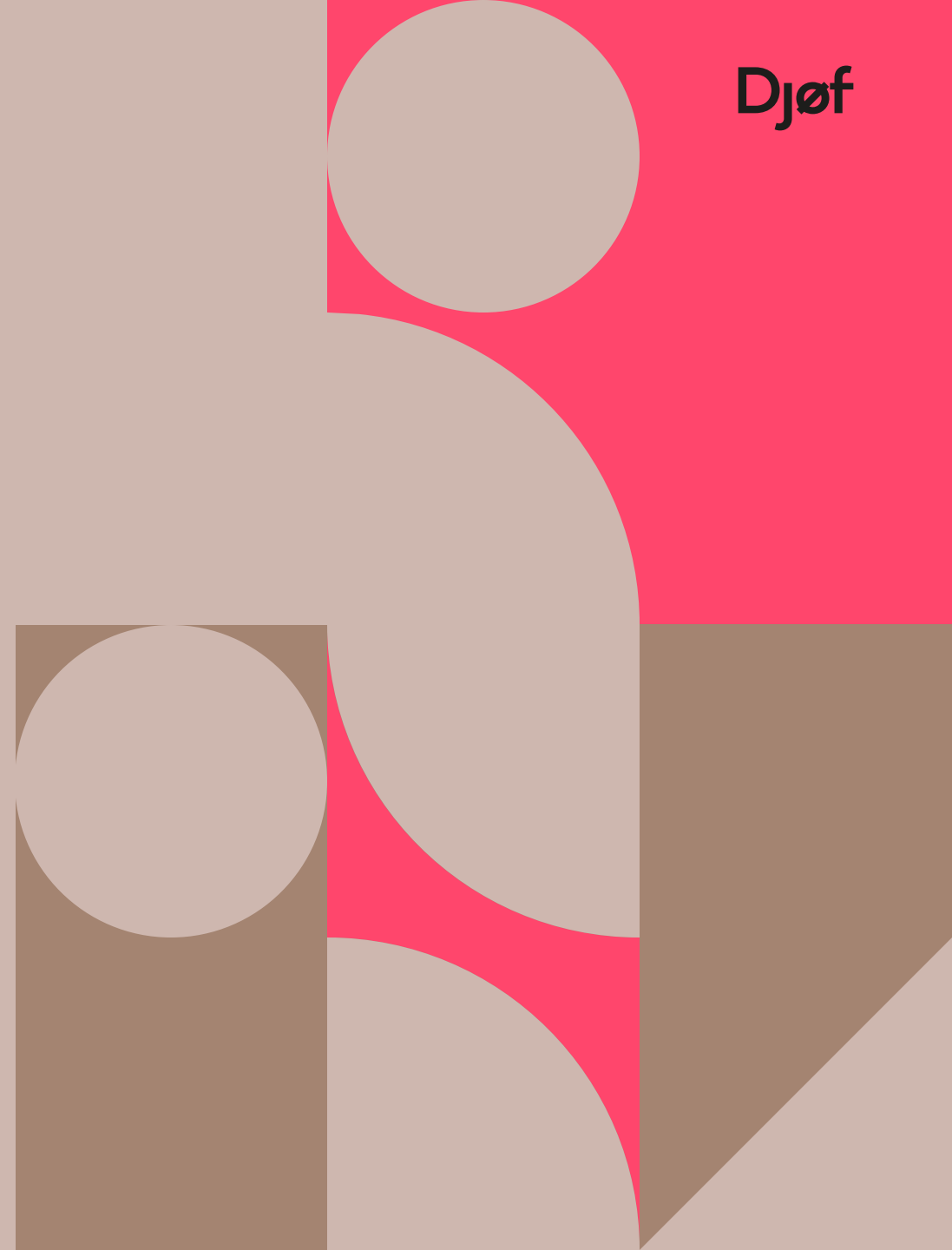
Behovet for at flytte sig og påvirke udviklingen er en drivkraft, vores medlemmer deler. Og en medvirkende årsag til, at de gør en forskel i deres job og for samfundet.

Den drivkraft styrker og støtter vi i Djøf. Først og fremmest ved at kæmpe for de bedst mulige løn- og arbejdsvilkår. For selvom vores medlemmer sjældent står stille, skal de stadig stå stærkt.

(fra Djøfs kernefortælling)

# O4

## Arbejdslivets vilkår – vores kerneaktivitet



# Djøf understøtter medlemmet i alle studie- og arbejdslivets faser

Arbejdslivet er i bevægelse. Det gælder det enkelte medlems arbejdsliv og karriere, og det gælder på de mange og forskelligartede arbejdspladser, hvor Djøfs medlemmer hver dag bidrager til udvikling og værdi.

Djøf er som fagforening stærkt optaget af medlemmernes arbejdsliv. Både det nære arbejdsliv, og når arbejdslivets rammer og vilkår behandles eller debatteres på samfundsplan. Det kræver, at vi som organisation hele tiden bevæger os, at vi løbende udvikler vores politiske positioner og medlemstilbud – og at vi fokuserer vores strategiske indsatser efter det.

# Eksempler på indsatser



Arbejdslivets vilkår

Djøf vil have et særlig fokus på, hvorledes de gældende rammer og vilkår for mange medlemmer ikke altid matcher, at arbejdslivet er i bevægelse. Hvordan matcher det enkelte medlems pensionsforhold, fx når hun gerne vil videreudanne sig, tage orlov, blive selvstændig eller have et større eller mindre ledelsesansvar. Vi vil arbejde for, at arbejdslivets rammer og vilkår matcher medlemmernes ønsker og drømme – både de rammer og vilkår, der er dækket af fælles aftaler og dem, hvor det enkelte medlem med vores støtte og rådgivning skal finde løsningen.

# Djøfs purpose

# At få samfundet til at finde sammen

Udfordringen er ikke globalisering, men polarisering. I takt med at verden bliver mindre, bliver forskellene paradoksalt nok større. Forskellene på byen og landet, bredden og eliten, ånden og hånden.

Men essensen af samfund er at finde sammen. Finde sammen i fælles interesse – og finde nye muligheder sammen. Det er ikke blot en opgave for den offentlige sektor. Eller det private erhvervsliv. Det er opgaven for os alle. Sammen.

Og det kræver, at vi kan koble mennesker og systemer til nye sammenhænge – og ny sammenhængskraft. At vi kan tage alle betragtninger med og vælge det, der kan få fremtiden til at gå op.

Ikke blot for de fleste – men til alles bedste.