|  |
| --- |
| Datum: 2020-02-02**Cecilia Hagängen, KFU** |

# FAQ Rådgivningskampanjen

Faq som främst riktar sig till förtroendevalda

**FAQ Ditt jobb är vårt jobb**

* **Varför genomför vi kampanjen och vad är det primära syftet med kampanjen?**

Vi på Vision vill uppfattas som enkla, konkreta och handlingskraftiga. Ett fackförbund som verkligen levererar nytta till sina medlemmar. I den här kampanjen lyfter vi fram vår rådgivning, både för att vi är stolta över den och för att vi vet att en bra rådgivning ger oss fler medlemmar.

Visions rådgivning har redan ett gott rykte men målet med den här kampanjen är att Vision i ännu högre grad ska associeras med en riktigt bra rådgivning. Och på så sätt också göra hela varumärket Vision tydligare. Ute på arbetsplatserna ska kampanjen leda till att fler och fler förstår att våra förtroendevalda finns tillgängliga för rådgivning och stöttning närhelst man behöver. Plus att Vision Direkt också finns lätt tillgängligt. Bra rådgivning är helt enkelt vår grej. Ett mål med kampanjen är också att få potentiella medlemmar att uppmärksamma vår rådgivning och helst också testa på den. Under mars månad är Vision Direkt öppet för alla, inte bara medlemmar, och med det hoppas vi övertyga fler om att ett medlemskap i Vision är ett bra val.

* **Vem har tagit beslut om att göra en kampanj?**

Visions förbundsstyrelse har tagit beslut om att investera i kampanjen. Kampanjen är en långsiktig och strategisk satsning och en viktig byggsten i att göra Vision ännu mer kända och lyfta fram den rådgivning som medlemmarna har tillgång till och nytta av. Det är Visions kansliorganisation som jobbat operativt med kampanjen i samarbete med Volontaire, som är en kommunikationsbyrå.

* **När startar kampanjen, var syns den och vad kostar den?**

Kampanjen startar den 7 februari. Satsningen kommer framför allt att synas i digitala kanaler, sociala medier och tidningar utöver Visions egna kanaler. Det finns en medieplan att ladda ner på vision.se/radgivningfv. Satsningens mediebudget är på 5 msek inklusive moms.

* **Hur motiverar Vision att medlemmarnas pengar används till en stor kampanj?**

Det är mycket pengar och det har vi stor respekt för. Vi jobbar med kommunikation och marknadsföring för att stödja all facklig verksamhet. Detta är en investering som stödjer oss som organisation i vårt arbete att stärka kännedomen om Vision som varumärke och kommunicera nyttorna med medlemskapet.

Vi vill stötta befintliga medlemmar och förtroendevalda och växa i facklig styrka genom att rekrytera nya medlemmar. När vi blir starkare som förbund får vi större inflytande på arbetsplatserna och kan åstadkomma ännu mer för medlemmarna.

Vi anser att det är en välgrundad och välinvesterad summa och vi har funderat mycket på hur vi vill göra det här. Vi vill väcka uppmärksamhet genom att lyfta rådgivningen som ingår i medlemskapet, då vi vet att det är en stor drivkraft till varför människor väljer att gå med i ett fackförbund samtidigt som vi också vet att kännedomen bland våra befintliga medlemmar om denna nytta kan öka.

* **Vad får Visions medlemmar ut av kampanjen?**

Förhoppningen är att fler medlemmar ska få kännedom om den rådgivning som ingår i medlemskapet och även använda den.

* **Hur bidrar kampanjen till att påverka arbetslivet?**

Rådgivningen som Vision tillhandahåller kan påverka arbetslivet utifrån vad som tas upp, oavsett om det gäller personliga delar eller rent arbetsplatsliga. Vision bidrar till att skapa en medvetenhet och handlingskraft kring både dagens och framtidens arbetsliv. Antingen genom ett gemensamt engagemang kring frågor på arbetsplatsen där medlemmarna är med och påverkar, eller genom varje enskild medlems drivkraft att nå sina personliga utvecklingsmål i arbetslivet.

* **Varför väljer Vision att lyfta just rådgivningen och inget annat?**

Utifrån de undersökningar vi gjort vet vi att rådgivningen är en viktig del när människor väljer att gå med i ett fackförbund, det vill säga en drivkraft för potentiella medlemmar när de går med. Vi vet också att tyvärr inte alla medlemmar känner till den fantastiska rådgivning de har i sitt medlemskap, vilket gör det extra relevant att lyfta för såväl befintliga som nya medlemmar.

* **Det är jättemånga som hör av sig till Vision Direkt nu och det är svårt att komma fram. Vad ska jag säga till medlemmarna då?**

Berätta att vi just nu har en extrasatsningen om just Visions rådgivning som eventuellt kan påverka svarstiden. Vision Direkt har dock förberett sig med extrabemanning under denna period, så vi hoppas att detta inte blir fallet.

* **Vad ska jag säga till medlemmar som tycker att kampanjen är dålig?**

Kommunikation är svårt och alla uppfattar budskap, musik, reklamfilmer med mera olika. Det vi försöker få fram är att vi vet att många vill ha det bra på jobbet samt att utvecklas och att Vision har verktyg för att stödja det.

* **Reklamen säger att ditt jobb är vårt jobb, men tänk om jag som ombud får frågor som jag inte kan svara på?**

Det är ingen fara ifall du som ombud får frågor du inte kan svara på, du kan alltid lotsa personen vidare till Vision Direkt alternativt själva kontakta dem för att få svar.

* **Varför ska även icke-medlemmar få gratis rådgivning?**

Att öppna vår rådgivning även för potentiella medlemmar under en begränsad tid är för att visa på det fantastiska som ingår i medlemskapet. Förhoppningen är att det ska leda till att fler väljer att gå med i Vision.

* **Ska verkligen ett fackförbund använda medlemmarnas pengar till att göra reklam?**

Det är mycket pengar och det har vi stor respekt för. Vi jobbar med kommunikation och marknadsföring för att stödja all facklig verksamhet. Detta är en investering som stödjer oss som organisation i vårt arbete att stärka kännedomen om Vision som varumärke och kommunicera nyttorna med medlemskapet.

Vi vill stötta befintliga medlemmar och förtroendevalda och växa i facklig styrka genom att rekrytera nya medlemmar. När vi blir starkare som förbund får vi större inflytande på arbetsplatserna och kan åstadkomma ännu mer för medlemmarna.

Vi anser att det är en välgrundad och välinvesterad summa och vi har funderat mycket på hur vi vill göra det här. Vi vill väcka uppmärksamhet genom att lyfta rådgivningen som ingår i medlemskapet, då vi vet att det är en stor drivkraft till varför människor väljer att gå med i ett fackförbund samtidigt som vi också vet att kännedomen bland våra befintliga medlemmar om denna nytta kan öka.

* **Måste jag som ombud också vara rådgivare?**

Du som ombud är en av Visions allra främsta rådgivare. Du kanske inte har tänkt på det så, men du får säkert frågor från kollegor om saker som rör jobbet. I den här kampanjen lyfter vi den fantastiska rådgivning Visions medlemmar får, oavsett om det är via Vision Direkt eller lokalt på jobbet. Du behöver dock inte oroa dig för ifall du skulle få frågor som du inte vet svaret på, du kan alltid lotsa medlemmen vidare till Vision Direkt eller själv kontakta dem för att få hjälp.

* **Varför syns Vision inte över hela Sverige med annonser i tidningar?**

Det handlar helt enkelt om en prisfråga, då det skulle bli alldeles för dyrt att gå i tidningsannonser i hela Sverige. Vår förhoppnings är såklart att de tidningar vi valt att annonsera i och de digitala annonser vi också har ska ge oss en tillräckligt bra räckvidd över hela landet. Denna medieplan har vi fått föreslagen av mediebyrå som gett oss den rekommendationen utifrån budget.

* **Varför har vi alla tidningsannonser på lördagar när Vision Direkt inte är öppet?**

Vi har gjort bedömningen att fler läser den papperstryckta tidningen på helgen så därför har lördagar varit det naturliga valet. Vi kommer dock vara tydliga med när öppettiderna gäller. De digitala annonserna, som vi lägger störst del av mediebudgeten på, kommer att synas även vardagar.

* **Min avdelning eller klubb vill använda kampanjen till lokal annonsering, var vänder jag mig**?

Kontakta oss på kommunikation@vision.se