

20220616 – Skrivelse om Visions synlighet

Hej från väst där vi jobbar på vårt lilla område bäst vi kan med synlighet i media med de kanaler vi har, men vi skulle vilja se centrala insatser.

Finns det någon synlighetsplan för vision på central nivå? Etermediasatsningar?

Vi skulle vilja se mer av vision och tror att det är en viktig del i rekrytering för syns vi så finns vi

Med vänlig hälsning
Jonas Ericsson
Ordförande Vision VGR

Svar på skrivelse om Visions synlighet

Hej Jonas,

Tack för ditt mejl.

Att Vision ska synas är står högt på dagordningen och det sker en stor mängd insatser via olika kanaler. Synlighet består av många komponenter. Det handlar framför allt om löpande opinionsbildning för att synliggöra vad Vision står för, men också annonsering och annan marknadsföring på olika vis.

När det gäller opinionsbildningen jobbar vi ständigt för att synas mer och bli mer publicerade och på det stora hela går det bra. Vi har till exempel de senaste åren arbetat strategiskt för att öka vår synlighet i lokala medier och räckvidden är god. Och i jämförelse till våra konkurrenter syns Vision i väldigt många frågor. Vi har också ett väl utvecklat opinionsnätverk med personer från hela landet och i samband med nationella utspel tar vi ofta fram underlag för opinionstexter som enkelt kan användas av avdelningar lokalt.

De digitala kanalerna står nuförtiden för en väldigt stor del av Visions totala synlighet och vi annonserar kontinuerligt på sökmotorerna Google och Bing. Syftet är att värva medlemmar samt att generera leads från Visions lönestatistik. En stor del av nya medlemmar till Vision kommer från dessa kanaler. Sociala medier har de senaste åren blivit allt viktigare för Visions synlighet. Förra året hade Visions inlägg på Instagram och Facebook 26 miljoner visningar. Merparten av dessa visningar görs för potentiella medlemmar och övriga grupper i samhället, men vi når givetvis också våra befintliga medlemmar.

Synlighet i dessa kanaler bygger dels på att skapa kännedom om Vision och vår verksamhet genom inlägg som är anpassade till algoritmerna, dels genom att Vision är aktiva i våra egna kommentarsfält och skapar dialog med användarna. Facebook är fortfarande den stora plattformen för Vision, Instagram och LinkedIn växer.

Under hösten 2022 kommer Vision att ha en stor extra satsning på synlighet och rekrytering i den s k höstkampanjen. Den kommer att starta i slutet av augusti med en satsning på att synas bland potentiella studentmedlemmar i syfte informera om Vision och att värva dessa till studentmedlemmar. Vi kommer bland annat att synas i poddar aktuella för målgruppen, i sociala medier (Facebook, Instagram TikTok, Snapchat) samt på lärosäten över hela landet på digitala informationsmärmar.

Visions förbundsmöte 29 september-1 oktober 2022 blir startskottet för den största delen av höstkampanjen, som riktar sig till yrkesverksamma. Den pågår från och med oktober till och med 15 december.

Alla enheter i kampanjen är ännu ej fastställda, men troligtvis kommer vi att synas på YouTube, TV4 play, på annonsplatser utomhus, i sociala medier, extra satsning på sökordsannonsering och telemarketing. Särskilt kampanjmaterial som förtroendevalda kan använda kommer att tas fram.

Även om mediala kampanjer i press och TV inte direkt kan räknas hem i ett ökat medlemsflöde, behöver förbundet förstås synas på olika vis för att finnas med i det allmänna medvetandet och hos presumtiva medlemmar, men frågan är hur detta görs på bästa och mest kostnadseffektiva vis? Att Vision de senaste åren ökat vår närvaro och synlighet i olika digitala kanaler beror på att en stor del av Visions nuvarande, men framför allt en majoritet av våra potentiella, medlemmar håller till på dessa plattformar och att Vision också finns där är viktigt.

I dagens digitala värld är det nödvändigt att målgruppsanpassa kommunikationen. Det är helt enkelt för dyrt att kommunicera med alla mottagare. Speciellt när fokus för kommunikationen är att öka konverteringsgraden till medlemskap. Det innebär till exempel att befintliga medlemmar i lägre grad nås av kommunikation som uppmanar dem att bli medlemmar. För den kommande höstkampanjen är en viktig målgrupp potentiella medlemmar upp till 40 års ålder. Det innebär troligen att färre mottagare i åldersspannet över 40 år kommer att nås av just den kommunikationen.

Vision.se har mellan 200 000 och 300 000 besök varje månad. Det innebär 2,4 miljoner till 3,6 miljoner besök om året. Det går inte att mäta exakt hur stor andel av dessa som är medlemmar respektive befintliga medlemmar, men vi vet att en betydande andel är potentiella medlemmar eftersom mellan andelen nya besök är cirka 40-50 procent varje månad. Vision.se är därmed helt avgörande när det kommer till Visions synlighet.

Runt 60 procent av alla besökare på Vision.se hittar in via ”SEO”. Det innebär att de googlar på ett relevant ord, till exempel ”föräldraledigt”, ”arbetsmiljö” eller ”arbetsplatsträff”, och får ett sökresultat på Google som gör att de klickar sig in på Vision.se, och förhoppningsvis blir medlemmar om de inte redan är det. För att Vision ska kunna hamna högt upp i sökresultaten - i konkurrens med bland annat andra fackförbund - görs ett betydande kontinuerligt jobb internt. Värt att veta är att en majoritet av alla nya medlemmar kommer in via SEO.

Så kallat betalt sök – SEM – är annonsering hos Google som Vision gör för ökad synlighet. Detta står för runt 16 procent av vår synlighet på webben.

Den så kallade direkttrafiken – när medlemmar och potentiella medlemmar – skriver in Vision.se i sin webbläsare och hamnar direkt på vår webbplats minskar år och för år och står i dag för 12 procent av trafiken till Vision.se.

Avslutningsvis är förstås all aktivitet som sker lokalt helt avgörande när det gäller att rekrytera nya medlemmar och vi vet att det som gör verklig skillnad är ju synlighet på arbetsplatserna och att man ställer frågan. Så förhoppningsvis kan nationella insatser med såväl opinionsbildning som marknadsföring i olika kanaler bidra för att skapa goda förutsättningar för det lokala arbetet.

Så, arbetet med synlighet är oerhört viktigt och pågår ständigt och vi hoppas också att höstens stora kampanj kommer att slå väl ut och generera ett ökat intresse för Vision. Och därmed underlätta vårt gemensamma arbete att rekrytera fler medlemmar på alla nivåer för att Vision ska kunna öka i facklig styrka.

Hälsningar

Veronica Magnusson