

Lägg ner er trötta gamla användarförening!

Är ni ett av många IT-företag med en ideellt arbetande användarförening. Där det inte händer mycket utöver den årliga middagen för styrelsen. Denna form av ideellt arbete är förlegat pga av att människor har för mycket att göra på jobbet idag och hinner inte med. Då kommer alltid det ideella arbetet sist. För ämnen som man privat brinner för kan det fortfarande fungera men inte för professionella områden som en användarförening.

Stort behov av erfarenhetsutbyte

Som leverantör sitter ni på åskådarbänken, frustrerat tittar på och tycker att det händer på tok för lite i föreningen. Samtidigt har behovet av erfarenhetsutbyte mellan kunder aldrig varit större än idag. Utbildning av kunder kommer att vara en naturlig del av morgondagens kundrelationer.

Involvera och engagera kunder, partners och de anställda

Nätverk är en perfekt ersättare till den ideella användarföreningen. Samla era kunder, partners och t.o.m anställda i ett nätverk. Den nya tekniken möjliggör en kostnadseffektiv drift av nätverket, på Internet och via e-post. Komplettera den nya tekniken med fysiska möten och erbjud kunder, partners och anställda möjlighet till erfarenhetsutbyte och kompetensutveckling.

Genom att kunder anmäler sig frivilligt som medlem i nätverket har du tillstånd att kommunicera med dom (permission marketing). Gör ni rätt sprids nätverket av medlemmarna till andra genom "mun-mot-mun" metoden (virusmarknadsföring).

Starta i liten skala och väx

Så kommer då frågan; Hur startar vi? Ett råd är att börja i liten skala och växa. Det är svårt att tänka allt rätt från början. Lär er och få erfarenhet då nätverket blir större. Att utnyttja en partner som driver själva nätverket och håller med infrastruktur kan vara en bra idé. Kostnader för nätverk går ofta att dela med samarbetspartners om man så vill.

Utveckla nätverket i tre faser

Att starta och driva ett nätverk är lämpligt att dela upp i i tre faser:

1) Konceptfas: I denna fas tar man fram syfte och målsättning med nätverket. Konceptet för nätverket och budget inkl finansiering. Möjliga samarbetspartners identifieras samt en tidplan för uppstart. Rapport från denna fas är beslutsunderlag för att gå vidare och starta nätverket.

2) Uppstartsfas: I denna fas är det dags att starta upp nätverket. Samla in kontaktinformation för de som ska bjudas in. Ta fram marknadsföringsmaterial. Utveckla web, planera och genomför första aktiviteterna. I uppstartsfasen är det kritiskt att aktiviteter blir lyckade och håller hög kvalitet. Lämpligt är att starta med en relativt låg ambition i början och sedan växa allt eftersom antal medlemmar ökar och nätverket utvecklas.

3) Drifts- och utvecklingsfas: I denna fas är det att driva aktiviteter, nyhetsbrev och hemsida enligt plan. Samtidigt är det lämpligt att med viss frekvens se över och diskutera utveckling av nätverket.

Istället för att sitta på bänken och vara frustrerad är det hög tid att göra något åt den trötta gamla användarföreningen och starta ett nätverk.

Vill du diskutera nätverk – sänd mail till mats.gustafsson@communitylabs.se

Mats Gustafsson

VD och grundare Community Labs – Mänskliga nätverk