

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 sammennænge – 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.

Djøfs strategi 2022

Form fremtiden sammen



Tænk længere

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.

Djøs purpose

Form fremtiden sammen

Djøfs strategi 2022

Djøf er dannet af medlemmerne for medlemmerne. Vores vigtigste opgave er at varetage medlemmernes interesser og styrke deres studie- og arbejdsliv. Både kollektivt og individuelt. Vi arbejder vedvarende for at sikre gode løn- og arbejdsvilkår. Vi inspirerer til karrierevalg, faglig udvikling og tilbyder netværk. Vi synliggør djøfernes værdi i samfundet.

Djøfs medlemmer studerer og arbejder inden for erhvervsøkonomi og samfundsvidenskab. De er ansat på alle niveauer i den private og offentlige sektor i Danmark og i udlandet. Mange beskæftiger sig med analyse, ledelse, strategi, økonomi, jura, udvikling og kommunikation. Fælles for djøferne er, at de skaber værdi, bidrager til vækst og bygger bro mellem fag, brancher og sektorer. De ser ud over sig selv og er engagerede i samfundet.

Derfor er det også naturligt, at Djøf som faglig organisation ser ud over sig selv og bruger den værdi, medlemmerne skaber, som afsæt for at bidrage til udvikling af samfundet. Det er manifesteret i Djøfs purpose; Vores højere samfundsmæssige formål. Vi rækker ud og skaber stærke alliancer og tiltag på tværs af forskelligheder til gavn for alle.

At få samfundet til at finde sammen i fælles interesse er netop vores samfundsambition. Vi mener, at vi skal forme fremtiden sammen. Medlemmernes styrke og vores position og erfaring giver os forudsætningerne for at kunne bidrage til løsninger på samfundsudfordringer. Så vi kan skabe gode vilkår på arbejdsmarkedet i et velfungerende samarbejde med andre interessenter.

I Djøf tror vi på et organiseret arbejdsmarked med stærke faglige organisationer med stærke stemmer, der leverer attraktive tilbud til medlemmerne og bidrager til at udvikle samfundet. Derfor skal Djøf fastholde – og gerne udbygge – sin styrke og position. Det kræver stor opbakning blandt djøferne.

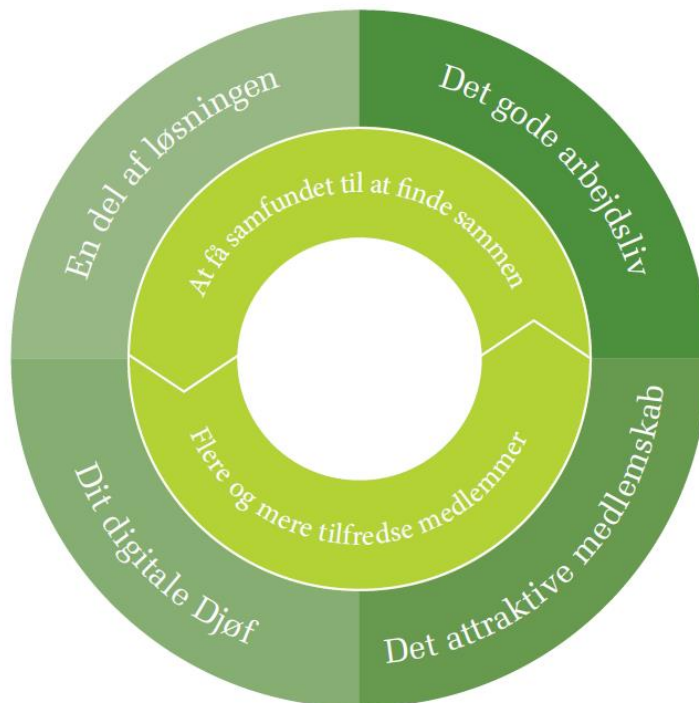
I sidste ende er medlemmernes vurdering af Djøf det afgørende kriterium for, om det går godt for Djøf. Samtidig er høj medlemstilfredshed udgangspunktet for alle overvejelser om at kunne tiltrække og fastholde flere. Vores mål er derfor at organisere både flere og mere tilfredse medlemmer.

Strategiens temaer og mål

I Djøfs strategi 2022 definerer vi fire temaer, som vi arbejder med frem mod 2022 og videre mod 2025.

- > **En del af løsningen** fokuserer på djøfernes bidrag i et samfund med større sammenhængskraft
- > **Det gode arbejdsliv** belyser udfordringer og udvikler løsninger, som gør arbejdslivet bedre
- > **Dit digitale Djøf** videreudvikler det personaliserede digitale medlemsunivers og synliggør værdien af medlemskabet
- > **Det attraktive medlemskab** øger relevansen af medlemskabet, så flere medlemmer fastholder deres medlemskab, og flere nye melder sig ind.

Illustration af Djøfs strategi 2022



Med afsæt i ambitionen om at få flere og mere tilfredse medlemmer sætter vi i Djøfs strategi 2022 mål om vækst i medlemmernes antal og tilfredshed.

> **Stærk medlemsvækst**

Jo flere medlemmer, jo større gennemslagskraft og stemme får Djøf. Medlemsvækst sikrer også økonomisk råderum til kontinuerligt at udvikle og investere i Djøfs tilbud til medlemmerne. Det langsigtede mål er at være 125.000 medlemmer i 2025. I 2022 er målet at være 107.000 medlemmer.

> **Høj medlemstilfredshed**

Medlemmernes vurdering af Djøf er en vigtig indikator for foreningens relevans, og høj medlemstilfredshed er en forudsætning for, at vi kan være attraktive for eksisterende og nye medlemmer. Målet er en medlemstilfredshed på mindst indeks 70 i 2025. Det betyder,

at tilfredsheden karakteriseres som høj. Det er målet, at medlemstfredsheden ved målingen i 2022 er 2 procentpoint højere, end den var ved målingen i 2020.

Djøfs strategi 2022 fokuserer på, hvor Djøf skal udvikle sig de kommende to år. Det er naturligvis ikke kun udviklingsindsatserne, som har betydning for, at vi når målene for medlemsvækst og -tilfredshed. Den daglige medlemsbetjening, kommunikation, påvirkning af rammevilkår mv. er helt afgørende for, at Djøf lykkes, og løbende udvikling af disse aktiviteter er også af allerstørste betydning.

1. En del af løsningen

Djøferne bidrager positivt til udviklingen af det private erhvervsliv og den offentlige sektor. Det er dokumenteret igen og igen ved hjælp af forskningsbaserede beregninger fulgt op af historier i medierne. Men der skal mere til, hvis den brede befolkning intuitivt skal opfatte djøferne som et gode for samfundet.

Djøf skal sætte dagsorden i spørgsmål med stor betydning for både djøferne og samfundet som helhed. Med Djøfs purpose som ledestjerne giver vi bud på, hvordan djøferne og deres kompetencer er en del af løsningen på fremtidens udfordringer.

Når Djøf ønsker at sætte en ny dagsorden med udgangspunkt i purpose, er det vigtigt, at vi afspejler vores samfundsambition i kommunikation og brand. Det er også afgørende, at kommunikationen appellerer til de forskellige målgrupper blandt medlemmerne.

Arbejdet med at sætte dagsorden er allerede i gang i relation til ligestilling, teknologiens betydning for samfundet, retssamfund/jura og forvaltningspolitik. Her belyser vi udfordringer, pege på mulige løsninger og skaber handlinger, som bidrager til udvikling af samfundet til gavn for alle. Og vi kan ikke gøre det alene. Vi kan kun lykkes, når vi samarbejder med andre faggrupper og aktører.

Der findes flere aktuelle samfundsmæssige udfordringer, hvor djøfernes kompetencer er vigtige at bringe i spil, når de gode løsninger skal findes. Og hvor Djøf derfor kan gøre en forskel.

Det gælder fx i forhold til klima, hvor djøfernes kompetencer inden for bl.a. analyse, kommunikation, samarbejde, ledelse og jura er afgørende, hvis vi skal lykkes med den grønne omstilling. Djøf kan fx bidrage til at udvikle grønne regnemodeller og give bud på incitamentsstrukturer og reguleringstiltag.

Et andet oplagt tema er demokrati og retssikkerhed. På flere områder er de demokratiske værdier under pres. Det kommer fx til udtryk som diskussioner af mulige forskydninger i magtens tredeling, en lav tillid til det politiske system og trusler mod retssikkerheden.

Det er også muligt, at vores arbejde med Det gode arbejdsliv kan være afsæt for at bidrage til løsninger på generelle samfundsudfordringer.

Alle vores dagsordener skal være så skarpe og handlingerne så stærke, at de når bredt ud til alle danskere. De skal gøre djøferne stolte af at være djøfere og af at være medlemmer af Djøf. På sigt skal de medvirke til at forbedre djøfernes image i den brede befolkning.

Pejlemærker for 2025

- > Djøferne høster anerkendelse for deres bidrag til samfund og virksomheder
- > Djøferne og Djøf er kendt for at række ud over sig selv - til samfundets og helhedens bedste
- > Djøf er en markant stemme i den offentlige debat i spørgsmål med stor betydning for djøferne og det omgivende samfund
- > Djøferne er stolte af at være djøfere – og af at være medlemmer af Djøf.

Målsætninger for 2022

Målet er, at omtalen af Djøf og djøferne i medierne (PR-score) er blevet mere positiv i 2022, og at befolkningens opfattelse af djøferne er forbedret.

Medlemmerne skal også opleve denne forbedring i befolkningens opfattelse af djøferne. Og de skal have kendskab til Djøfs holdninger og handlinger i forhold til ligestilling, teknologi, retssamfund/demokrati, forvaltningspolitik og klima.

Eksempler på indsatser i strategiperioden

De kommende to år vil vi fastholde og udbygge de positioner, som er etableret i den foregående strategiperiode. Det gælder Ligestillingsløftet og TechDK Kommissionen. Derudover gælder det Djøfs Jurapanel, som har til formål at markere standpunkter i forhold til retssikkerhed og demokrati. Det gælder også forvaltningspolitiske initiativer, som handler om udvikling, organisering og ledelse af den offentlige sektor (fx velfærdsdogmer og nærhedsreform-udspil). I den nye strategiperiode vil Djøf derudover etablere en position med fokus på klima og grøn omstilling.

Vi vil også følge op på Mere til Fælles-kampagnen og igangsætte et projekt, som i handling viser, hvordan djøferne konkret bidrager til at løse samfundsmæssige problemstillinger.

Endelig igangsætter vi et arbejde omkring Djøfs kommunikation og brand. Det omfatter et eftersyn af blandt andet Djøfs visuelle, skriftlige og mundtlige kommunikation samt overordnede brandelementer.

2. Det gode arbejdsliv

Djøfernes arbejdsliv er under forandring. Vi lever længere, og arbejdslivet slutter senere. Samtidig betyder den teknologiske udvikling, at flere og flere arbejdsopgaver vil kunne automatiseres, og at nye kompetencer løbende vil blive efterspurgt. Dertil kommer, at mange djøfere oplever en intensivering af deres arbejdsliv med et øget tempo og arbejdspresses og stigende forventninger til performance.

Det længere arbejdsliv, de omskiftelige behov for kompetencer og den øgede intensitet gør, at arbejdslivet kan synes uoverskueligt. Og for nogle fører det til et pres, der er så stort, at det giver stress og/eller udfordrer ens velbefindende og sundhed. På den anden side kan det dog også skabe dynamik og nye muligheder for udvikling, øget employability og selvrealisering.

I Djøf vil vi understøtte, at djøferne får et meningsfyldt arbejdsliv og høj trivsel. Det vil vi gøre ved at stille tilbud til rådighed for medlemmerne og ved at sikre djøfernes rettigheder. Vi vil også pege på mulige løsninger på generelle udfordringer. Det skal ske i tæt sammenhæng med temaet En del af løsningen.

Fx kan vi sætte fokus på videreuddannelse. Med et længere arbejdsliv og ændringer i kompetencebehov er det oplagt at skabe bedre rammer for og finansiering af efter- og videreuddannelse.

Stress er også et vigtigt tema. Allerede i studietiden oplever mange djøfere at være stressede og udfordret på deres trivsel. Stress er et problem, som Djøf kan søge løsninger på både i den politiske og kollektive interessevaretagelse og i relation til medlemstilbud, der enten kan forebygge stress eller hjælpe medlemmer, som er ramt.

Vi kan også stille skarpt på livsfaser og behov for fleksibilitet. Måske skal et stadigt længere arbejdsliv kunne indrettes forskelligt alt efter, om man fx er småbørnsfamilie, etableret eller senior. Her kan vi fokusere på organisering af arbejdet, kontante fordele som fx kan lette dagligdagen mv. Måske skal vi også skabe et ændret mind-set omkring karrieremobilitet, muligheder for sporskifter undervejs i arbejdslivet og have øget fokus på seniorarbejdslivet.

Pejlemærker for 2025

- > Djøf sætter det gode arbejdsliv på den samfundsmæssige dagsorden ved at pege på løsninger i forhold til fx stress, trivsel, work-life-balance og livslang læring
- > Djøfs medlemstilbud og interessevaretagelse understøtter djøfernes forskellige behov og ønsker til deres arbejdsliv fx i forhold til fleksibilitet, efter-/videreuddannelse, karrieremobilitet og seniorliv.

Målsætninger for 2022

Det er målet, at medlemmerne oplever værdi af Djøfs initiativer i forhold til det gode arbejdsliv. Og det skal komme til udtryk ved en mere positiv vurdering af Djøf i den offentlige debat inden for temaer som fx videreuddannelse, stress, livsfaser/fleksibilitet/seniorarbejdsliv. Medlemmerne skal også opleve, at Djøfs medlemstilbud inden for temaerne har høj relevans for dem.

Eksempler på indsatser i strategiperioden

For at få de bedst mulige forudsætninger for arbejdet med det gode arbejdsliv vil vi belyse de udfordringer, som djøferne aktuelt har i deres arbejdsliv. På den baggrund vil vi udvikle mulige løsninger på udfordringerne. Det kan fx være i form af politikudspil eller tilbud til medlemmerne. Temaer kan fx være videreuddannelse, stress og livsfaser/fleksibilitet/seniorarbejdsliv. Djøfs medlemmer og medlemsvalgte politikere skal i høj grad være medskabere i processen.

3. Dit digitale Djøf

I dag forventer vi alle relevans og høj kvalitet, når vi benytter digitale platforme og selvbetjeningsløsninger. Vi er vant til, at indholdet er målrettet og personaliseret. Det samme gælder i relationen til Djøf. Medlemmerne efterspørger ydelser, kommunikation og services, som er personaliserede, brugervenlige og tilgængelige når som helst og hvor som helst.

Det er vigtigt, at vi indfrier disse forventninger, hvis målene om flere og mere tilfredse medlemmer skal nås. Derfor skal vi kontinuerligt udvikle en stærk digital understøttelse af medlemskabet. En digital tilstedeværelse som sømløst arbejder sammen med og supplerer den fysiske rådgivning og de fysiske møder.

En stærkere digital dimension af Djøf-medlemskabet omfatter fx let adgang til rådgivning, nyheder, karriereudviklingstilbud og kontante fordele, der er målrettet det enkelte medlem. Vi bringer adfærdsdata i spil, så medlemmerne får præsenteret relevante ydelser og tilbud, der taler direkte ind i deres behov. Gennem digital understøttelse tilbyder vi nye muligheder for at bruge hinanden og skabe netværk. Medlemmernes deltagelse i fx politikudvikling skal også understøttes og udvikles digitalt.

Vi designer forskellige digitale services med det formål, at de skal give værdi for medlemmerne og øge deres lyst til fortsat at være medlemmer.

Samtidig vil vi, med afsæt i en serviceøkologi som taktisk greb, differentiere services i forskellige dele, så ikke-medlemmer kan få adgang til en basal del af Djøfs services. Herigennem kan de få en smagsprøve på de medlemskabets fordele. Og måske selv få lyst til at melde sig ind i Djøf.

Efterhånden som vi udbygger de digitale services, og medlemmerne får lettere adgang til dem, vil vi skrue op for kommunikationen om de nye muligheder til både medlemmer og ikke-medlemmer. Det skal give et øget kendskab til de digitale services og skabe afsæt for, at medlemmer og ikke-medlemmer oplever værdi af dem.

Pejlemærker for 2025

- > Djøfs services er tilgængelige digitalt, og hvert enkelt medlem oplever, at Djøfs udbud af digitale services har høj relevans og høj værdi
- > Det er let for medlemmerne at tilgå og bruge de enkelte services digitalt når som helst og hvor som helst
- > Digitaliseringen skaber effektivisering, og frigjorte ressourcer bruges til endnu bedre medlemstilbud
- > Langt de fleste medlemmer bruger Djøfs services, og medlemmernes tilfredshed med dem er høj
- > Djøfs digitale services er åbne for alle, men der er noget særligt for medlemmerne.

Målsætninger for 2022

I 2022 er størstedelen af Djøfs aktive medlemmer brugere af Djøfs digitale medlemsunivers, og deres tilfredshed med universet er høj.

Medlemmerne føler sig bedre genkendt og bedre hjulpet af Djøf i forhold til deres konkrete behov og udfordringer. Det måles på henholdsvis genkendelsesgrad og Customer Effect Score i mødet med Djøf.

I 2022 er Djøfs markedsføring og salg digitalt understøttet på tværs af kanaler og kontaktpunkter. Derfor oplever medlemmer og udvalgte grupper af ikke-medlemmer et øget kendskab til ydelser og services, som er attraktive for dem.

Eksempler på indsatser i strategiperioden

I strategiperioden vil Djøf videreudvikle appen og djoef.dk, herunder medlemsuniverset der ligger bag login. Fordi vi genkender medlemmerne, vil de opleve, at fx tilmelding til aktiviteter, lønprofiler er udfyldt på forhånd, når de med ansigtsgenkendelse eller fingertouch logger ind i appen eller tilgår den responsive, webbaserede version af medlemsuniverset.

Overblikket i medlemsuniverset er personligt målrettet det enkelte medlem. Fx kan medlemmet i ét samlet menupunkt i appen se netop de medlemsfordele, som er mest relevante for ham/hende.

Sådanne personaliseringsindsatser kræver, at vi opbygger et teknisk og arkitekturmæssigt fundament, og at vi kobler adfærdsdata og andre brugerindsigter hertil. Når dataindsigter opsamles og sættes i spil, kan vi blive mere og mere træfsikre i forhold til at ramme hvert enkelt medlem med relevante ydelser og tilbud (pull).

Vi sætter særligt fokus på udvikling af digitale services, som understøtter løn og karriere, medlem-til-medlem-aktiviteter og Det gode arbejdsliv. På lønområdet kan det fx være en funktionalitet, der gør det let for det enkelte medlem at sammenligne sig med andre. I forhold til medlem-til-medlem-aktiviteter kan det fx være at skabe nem adgang til kontakt til andre medlemmer og skabelse af medlemsarrangementer (fx event- og aktivitetspulje).

Udviklingen af digitale services sker med afsæt i serviceøkologien, så vi skaber incitament for ikke-medlemmer til at melde sig ind. Vi vil kommunikere værdien af medlemskabet til ikke-medlemmerne på tværs af interne og eksterne kanaler og ved at opbygge marketing automation (fx triggerflows). Det skal være let at melde sig ind digitalt, og nye medlemmer skal opleve en personligt relevant onboarding til medlemsfordelene.

4. Det attraktive medlemskab

Djøfs værditilbud til medlemmerne omfatter individuel rådgivning og støtte, inspiration til karriere, faglig udvikling og kontante fordele. Samtidig omfatter det også politisk påvirkning og giver faglig identitet og mulighed for netværk og fællesskab.

Det er vores ambition at have så attraktivt et værditilbud, at medlemmerne er meget tilfredse og forbliver medlemmer. Og at flere samtidig får lyst til at melde sig ind.

Det kræver, at medlemskabet er skræddersyet til de forskellige medlemsgrupper. For det er ikke de samme dele af værditilbuddet, der giver høj værdi for alle. Derfor skal vi fortsat udvikle værditilbuddet og målrette det til de forskellige typer af medlemmer. Så ydelser og services matcher medlemmernes behov og er attraktive i sammenligning med andre tilbud på markedet.

Vi vil blandt andet fokusere på de medlemmer, som går fra at være studerende til at være erhvervsaktive, dvs. karrierestarterne. De får rigtig mange forskellige tilbud om alt fra kontante fordele til hjælp til karriereafklaring, jobsøgning og opbygning af netværk fra mange forskellige typer af aktører. Her skal Djøfs værditilbud stå knivskarpt, give høj værdi og være synligt, hvis Djøf skal vælges til.

Det er afgørende, at vi videreudvikler kommunikation og andre aktiviteter, som udbreder kendskabet til fordelene ved et Djøf-medlemskab. Det gælder både i forhold til eksisterende medlemmer, men også i høj grad for studerende og erhvervsaktive djøfere, som ikke allerede er medlemmer. Vi vil bl.a. sætte fokus på ledere, og de der aspirerer mod at blive ledere, hvor vi vil fortsætte og øge vores ledelsesfaglige aktiviteter og gøre dem tilgængelige for ikke-medlemmer. Med afsæt i de forskellige målgruppers behov skal vi markedsføre ydelser og services og give dem tilbud om at melde sig ind i Djøf.

Pejlemærker for 2025

- > Antallet af både studerende og erhvervsaktive medlemmer, der melder sig ud, falder stabilt
- > Antallet af både studerende og erhvervsaktive medlemmer, der melder sig ind, stiger stabilt
- > Flere karrierestartere ønsker at fastholde deres medlemskab af Djøf
- > Alle medlemmer oplever, at Djøf har ydelser og services, som er attraktive for dem.

Målsætninger for 2022

I 2022 står Djøf i en situation, hvor flere karrierestartere oplever, at Djøf giver så høj værdi, at de fastholder deres medlemskab. Derudover oplever et stigende antal både studerende og erhvervsaktive, at et medlemskab er så attraktivt, at de melder sig ind.

Eksempler på indsatser i strategiperioden

Frem mod 2022 fortsætter Djøf sit arbejde fra den foregående strategiperiode med at få eksisterende medlemmer til at fastholde deres medlemskab og med at få djøfere, som ikke allerede er medlemmer, til at melde sig ind i Djøf.

Det sker bl.a. gennem forsøg med kontingentfrit medlemskab for studerende det første år og erhvervsaktive de første 3 måneder. Vi skal også forsøge os med et reduceret

kontingent for karrierestarterne. Derudover arbejder vi med at fastholde og udbygge kontante fordele og forsikringstilbud til medlemmerne.

Vi optimerer onboarding af nye medlemmer, så de hurtigt oplever værdi af Djøf-medlemskabet og derfor får lyst til at fortsætte som medlemmer efter den kontingentfri prøveperiode.

Fokus retter vi også mod kommunikationen af de fordele og den værdi, medlemskabet giver. Det gælder særligt for dem, der overvejer at melde sig ud, så vi forhåbentlig i endnu højere grad kan lykkes med at "vende dem i døren".

Vi vil desuden gennemføre en indsats for at segmentere og målrette værditilbud, særligt ift. karrierestarterne. Fokus er her på fx livsfaser, tydeliggørelse af kerneydelser, medlem-til-medlem-aktiviteter, netværk og ledelse. Hensigten er at målrette Djøfs ydelser og services endnu mere til medlemmernes behov.
