

**Mötesanteckningar från telefonmöte med referensgruppen för medlemskommunikation,
torsdagen den 25 aug kl 13:00-14:00**

Gruppmedlemmar/närvarande

Carina Pagil
Jens Kågström (medverkade 13:00-13:30)
Håkan Hellström
Lotta Ericsson (frånv)
Josefine Uppling (sammankallande)

Gruppen enades om att den aktuella kommunikations- och påverkansplanen, som tagits som styrdokument av styrelsen i samband med budget för det förlängda räkenskapsåret 1 Juli 2016 - 31 Dec 2016 ligger fast under hösten. Ett mer omfattande arbete med kommunikations- och påverkansplan ska göras inför 2017.

Under hösten arbetar gruppen fram de strategier som sedan ska ligga till grund för kommunikationsarbetet på Mäklarsamfundet under 2017. Gruppen enades om att kärnan i gruppens arbete ska röra medlemskommunikation, men att gruppen också ska diskutera budskap och kommunikation från Mäklarsamfundet i stort. Det hänger ihop och är en helhet.

Under mötet blev fokus att identifiera de olika typer av medlemmar/viktiga Stakeholders som finns i och i direkt anslutning till Mäklarsamfundets medlemsstock, och det faktum att dessa grupper behöver och vill ha olika typer av information från Mäklarsamfundet. I vilken ordning ska sedan sagda information gå och till vem? Mäklarsamfundet ska bli bättre på att differentiera och paketera olika beroende på vilken grupp det rör sig om.

Viktigast av allt är att Mäklarsamfundet ligger i framkant och ser till att rätt information når rätt person i rätt tid – så att alla är välinformerade om vad som sker. De grupper som mötet identifierade var:

- Den enskilde fastighetsmäklaren/den anställda fastighetsmäklaren
- Fastighetsmäklarstudenten
- Kontorsägare/Franchisetagare/Arbetsgivare
- Medarbetare på de större företagens huvudkontor (Försäljningschefer/regionchefer samt övriga)
- Ordföranden/VD:ar/Varumärkesägare

Nästa steg:

Ta fram en strategi som är säljriktad, differentierad och där informationen har olika tyngdpunkt för respektive grupp.

Nästa möte:

Tisdagen den 27 september kl 17:00 – 18:30