

Hva skal til for å lykkes med salg av Enjoy?

Vårt mål er at dugnaden skal oppleves som positiv for både klubben, lederne og medlemmene. Det som kjennetegner våre samarbeidsklubber som har hatt suksess er at de er gode på *informasjon* og *organisering*. Her følger våre anbefalinger til hvordan dugnaden gjennomføres best mulig.

1. Informer de som skal delta i organiseringen så tidlig som mulig

Straks dere har inngått en avtale med oss bør alle som skal være involverte i organiseringen informeres. For det første setter de fleste pris på forutsigbarhet og god tid til planlegging. For det andre er det som regel noen som er generelt kritiske til valg av dugnadsform (noen av disse vil sikkert også være skeptiske til Enjoy). Ved å informere tidlig kan man håndtere innvendinger *i forkant* av dugnaden, slik at alt er avklart før selve gjennomføringen. Vi har laget et forslag til e-post som kan sendes til lagledere, trenere, foreldrekontakter og lignende.

2. Sørg for at medlemmene blir godt informert

Enjoy er et meget bra produkt som alle familier har bruk for, men er ikke like selvforklarende som for eksempel et lodd eller dopapir. Det er derfor nødvendig at medlemmene får tilstrekkelig informasjon til å forstå hva og hvor bra Enjoy er. Det er også lurt å få medlemmene til forstå hvorfor dugnaden må gjennomføres. Medlemmene kan informeres på følgende måter:

Informasjonsmail

Litt før dugnaden starter bør det sendes ut en e-post til medlemmene med informasjon om Enjoy, samt når, hvordan og hvorfor dugnaden gjennomføres. Slik får medlemmene tid til å forberede seg, istedenfor at dugnaden kommer brått på. Vi har laget et forslag til e-post som kan sendes til medlemmene.

Salgsbrev

Sammen med guidene mottar medlemmene hvert sitt salgsbrev. Her forklares det hva Enjoy er, hvordan og hvorfor dugnaden gjennomføres. (Om mulig er det lurt å knytte dugnaden opp mot et konkret formål som nytt utstyr, lag som skal på turneringer, nye anlegg, sosialt opplegg eller lignende.) Salgsbrevet inneholder også et regneeksempel på hva man kan spare, samt tips til salgsargumenter. Salgsbrevene lages i samarbeid med dere, og skrives ut og leveres av oss til dere sammen med guidene.

Lagledermøte, foreldremøte eller lignende

Mange klubber ønsker at vi stiller på lagledermøter, foreldremøter eller lignende i forbindelse med utlevering av guidene. Det er en fin måte å informere samtlige som skal selge om produktet, samtidig som vi kan svare på spørsmål fra medlemmene. Vi stiller mer enn gjerne på slike møter!

3. Intern markedsføring

Vi leverer materiell som klubben kan legge ut på hjemmesiden og Facebooksiden. Dette minner medlemmene på dugnaden, samt at man kanskje treffer noen som ikke er aktive i klubben, men som likevel ønsker å være med å bidra. Vi leverer også plakater som kan henges opp ved klubbhus, i nærbutikken og lignende, med kontaktinformasjon til ansvarlig.

4. Laglederlister

Det er viktig å ha oversikt over hvem som har fått guider, hvor mange de har fått, hvem som har betalt og hvem som eventuelt har returnert guider. Vi har laget en enkel laglederliste slik at hver enkelt leder har kontroll på sitt lag.

5. Intern salgsperiode

Vi anbefaler en intern salgsperiode på 14 dager. (Med det menes tiden medlemmene får til å selge guidene fra de mottar dem.) Har man en lenger salgsperiode er vår erfaring at mange medlemmer utsetter salget og etter hvert går dugnaden i glemmeboken. NB! Returretten bør ikke kommuniseres til medlemmene.

6. Bruk vår kompetanse

Har dere noen spørsmål eller trenger hjelp, så ikke nøl med å kontakte oss. Vi har samme mål som klubben – at dugnaden skal bli en suksess!