

VAN NAALDJE TOT ROOD LEDENWERVING DRAADJE

WELKOM!



Meer leden geven ons meer punch

Een rijkelijk gevuld ledenbestand is de zorg van elke organisatie. Ook van ABVV-Metaal. Hoe leden behouden? En vooral: hoe nieuwe leden werven?

Een goede ledenzorg kan al aardig wat helpen. Onze ledenwerving is altijd al succesvol geweest.

Maar enkel als we actief leden blijven rekruteren, boeken we nieuwe successen.

Want meer leden geven ons meer punch.

**Dat
is zeker.**

KORTE HANDLEIDING VOOR ONZE MILITANTEN

Wat er nu voor je ligt, is een korte handleiding voor ledenwerving. Het idee alleen al klinkt misschien absurd in de oren. Dé manier om leden te werven, zoiets bestaat gewoonweg niet. Elke sector, elk bedrijf, zelfs elke militant zit anders in elkaar. En daarbij is ledenwerving zeker ook een kwestie van creativiteit. Er zal geen twijfel over bestaan: creativiteit valt niet terug te brengen tot regeltjes en instructies. Waarom dan deze leidraad, horen we je denken. Wel, omdat wij onze militanten willen ondersteunen in hun werk. Aan de hand van bruikbare, concrete tips en richtlijnen. Maar ook door te wijzen op valkuilen en praktijken die absoluut 'not done' zijn.

Ons ledental blijft tot nu toe stabiel tot positief. Zeker vergeleken met vele (metaal)bonden in Europa en de wereld. Zelfs in deze economisch moeilijke periode verliezen we nog geen leden. Mogen we daarom op onze lauweren rusten? Allesbehalve! Ledenwerving blijft een zorgenkind. Daarom spant ABVV-Metaal zich extra in rond ledenwerving. Dat werd beslist tijdens ons eerste Statutair Congres (Gent, 2009). Dit notitieboek met leidraad samen met de nieuwe onthaalmap luiden onze campagne in.

Verkondigt deze leidraad de ideale methode om aan ledenwerving te doen? Nee hoor. Wel is hij de ideale gids voor elke ervaren militant die op zoek is naar inspiratie. Om nieuwe leden te maken of om de ledenzorg te verbeteren. Of voor onze kersverse militant die nog niet goed weet van welk hout pijlen maken.

Van harte welkom!

De ABVV-Metaalmilitanten

WAAROM IS LEDENWERVING BELANGRIJK?

ABVV-Metaal werkt vanuit de basis. Dat zijn onze leden en militanten. En hoe uitgebreider het ledenbestand, hoe meer stemmen opgaan en vuisten worden gemaakt voor hetzelfde doel. Dat geeft ons meer invloed en een sterkere onderhandelingspositie. En we hoeven het niet onder stoelen of banken te steken: voor elk nieuw lid mag de organisatie rekenen op een maandelijkse bijdrage. Dat geldt investeren we in een degelijke syndicale werking en structuur. Stakingsvergoedingen, syndicale premies, goede dienstverlening ... onze leden krijgen waar voor hun geld.

WAAR PAS JIJ IN DIT PLAATJE?

De militanten vormen het gezicht van ABVV-Metaal op de werkvloer. Vaak zijn de kandidaat-leden collega's. Soms zelfs vrienden. Dat maakt dat militanten meer inzicht hebben in hun leefwereld. En vooral in hun zorgen en problemen. Vanuit zo'n vertrouwde positie is het gemakkelijker daarop in te spelen.


WELKE ROL SPEELT ABVV-METAAAL HIERIN?

ABVV-Metaal laat zijn militanten niet aan hun lot over. De bedoeling is dat ze goed gewapend hun syndicale taken kunnen uitvoeren.

Gewapend met kennis, bijvoorbeeld. Daarom organiseert ABVV-Metaal vormingen voor de militanten. Maar ook gewapend met de nodige middelen. Zo bezorgt ABVV-Metaal onthaalmappen, folders en brochures. Kampen onze militanten met een probleem? Of zitten ze met een priemende vraag? Dan kunnen ze vertrouwen op hun secretaris. Want een goede communicatie met de basis vinden we belangrijk.

Onze leden krijgen waar voor hun geld.

Er wordt geïnvesteerd in een degelijke
syndicale werking en structuur.





Bezint eer ge begint

Ben je al langer (hoofd)afgevaardigde of militant van ABVV-Metaal?
Sta dan eens stil bij je huidige wandel en handel. Hoe heb je in het verleden
de ledenwerving aangepakt? En heeft dat vruchten afgeworpen?
Of blijft het ledental op je bedrijf haperen?

Weet wie je zelf bent. Ben je goed georganiseerd?
Voldoende toegankelijk voor je leden? Om problemen op te lossen?
... Maar ook om nu en dan een praatje te slaan?
Denk na over je imago bij de mensen op de werkvloer.
Komt dat overeen met wie je zelf denkt te zijn?

Als goede militant ken je je troeven. Herinner je hoe je in het verleden mensen hebt overtuigd. Gebruik die ervaring. Bedenk hoe je die pluspunten kan inzetten om leden aan te trekken. En om mindere kantjes te verzachten.

Want van je minpunten ben je evengoed op de hoogte. Dat is al het halve werk. Zoek nu naar manieren om ze weg te werken, te verbeteren of te compenseren. Waar ben je in het verleden al eens in de fout gegaan? Waardoor heb je al leden verloren? Werk daaraan!

Doe nu net dezelfde oefening. Maar dan ten opzichte van de andere vakbond(en). Wat hebben wij voor op hen en omgekeerd? Hoe speel je dat uit? Natuurlijk zijn er ook omstandigheden waarover je geen controle hebt. Is ABVV-Metaal de grootste of juist de kleinste vakbond in je bedrijf? Dan liggen de kaarten in beide gevallen helemaal anders. Daarom is het nog zo belangrijk om voorbereid te werk te gaan en om na te denken over jezelf als deel van de organisatie.

Stel je zeker ook eens deze vraag: wie zijn onze huidige leden? Weet waaraan ze belang hechten. Ontdek waar ze naar op zoek zijn. En met welke problemen ze worstelen. Probeer erachter te komen wat hun persoonlijke interesses zijn.

We zien dat ideologie vandaag zeker niet altijd op de eerste plaats komt. Onze leden hebben veeleer concrete verwachtingen als ze zich bij ons aansluiten. Ze hopen ook voordeel te halen uit een lidmaatschap. Beantwoorden we niet aan hun verwachtingen? Dan zeggen de mensen hun lidmaatschap steeds sneller en gemakkelijker op. Zoiets als een 'levenslang lid' wordt dan ook alsmaar zeldzamer.


Onze maatschappij is geëvolueerd en onze leden ook. Willen we een uitgebreider ledenbestand? Dan hebben we geen andere optie dan onze aanpak hieraan aan te passen. Als militant, maar ook als organisatie.

Ik communiceer, jij communiceert, wij communiceren

Je communiceert voortdurend. Als je in contact komt met collega's, met leden, met directieleden. Zowel schriftelijk als mondeling. Sterker nog: zodra je je op de werkvloer begeeft, communiceer je.

Wees je daarvan bewust. Want het betekent dat je voortdurend werkt aan je eigen imago en aan dat van ABVV-Metaal. Hou dat in je achterhoofd wanneer je communiceert. Je begrijpt het: communicatie is geen eenmalige bezigheid. Communicatie is veeleer een houding, een stijl.

Een goede communicatie helpt je om leden te behouden
en nieuwe leden te maken.



VERSTOP JE NIET!

De mensen willen je zien op de werkvloer. Dat maakt je aanspreekbaar en toegankelijk. Ga geregeld eens rond in het bedrijf. Natuurlijk is het in grotere bedrijven niet altijd haalbaar om zoiets alleen te doen. Verdeel deze taak dan ook onder de militanten en afgevaardigden.

Je haalt er zelf twee voordelen uit. Als je zichtbaar bent, kunnen leden en potentiële leden je vragen stellen of je hulp inroepen. Dat draagt bij tot je imago in de positieve zin. Een tweede pluspunt is dat je zelf ziet en hoort wat er leeft bij de mensen. Aarzel dan ook niet om mensen aan te spreken tijdens je ronde en een praatje te slaan.

Toch gaat die toegankelijkheid verder dan dat. Door allerlei syndicale verplichtingen kan je niet altijd aanwezig zijn in het bedrijf. Geef leden daarom een telefoonnummer en een e-mailadres waarop je bereikbaar bent. Zijn er momenten of tijdstippen waarop je liever niet wordt gestoord? Maak daarover zeker duidelijke afspraken. Misschien blijven ook veel leden zitten met formulieren en andere paperassen tijdens je afwezigheid? Een persoonlijke brievenbus kan uitkomst bieden.

Een goede band met de arbeiders mondt meestal uit in een nieuwe ledeninstroom. Je aanwezigheid op de werkplek en een behulpzame houding dragen daar vast en zeker toe bij. Wie weet zet je toch collega's aan om de stap te zetten in de toekomst? En de impact van mond-tot-mondreclame valt niet te onderschatten.

Kom naar buiten en spreek

Aanspreekbaar en toegankelijk zijn
heeft vele voordelen ...



MET RAAD ...

Bied iedereen die het nodig heeft je hulp aan. Probeer zoveel mogelijk vragen te beantwoorden. Je kan natuurlijk niet alles weten. Dat is ook geen schande. Informeer je of roep de hulp in van iemand anders. Dat is een beter idee dan eromheen te praten. Heb je de info die je zoekt? Vergeet die dan ook niet door te geven. Je toont op die manier niet enkel je behulpzaamheid, maar ook je expertise en betrouwbaarheid.

Je richt je op leden van ABVV-Metaal met het oog op een goede ledezenorg. Leden van de andere vakbond(en)? Collega's die nog niet bij de vakbond zijn aangesloten? Laat hen niet in de kou staan. Vergeet wel niet op het juiste moment een lidmaatschap bij ABVV-Metaal aan te kaarten. Gebruik dat lidmaatschap niet als voorwaarde voor je hulp! Mensen onder druk zetten is de foute aanpak. Want dat keert zich dat uiteindelijk tegen je.

Ben je een lid goed van dienst geweest? Vraag hem/haar dan om goede reclame te maken voor ABVV-Metaal, bij de collega's in het bedrijf en ook buiten het bedrijf. Wie weet? Misschien werken zijn/haar partner of vrienden ook in de metaal.

Bundel
verzoekjes
tot een
concrete
eis

EN DAAD ...

Als militant word je voortdurend aan de mouw getrokken. Meestal gaat het om een heleboel kleine verzoekjes. Praktische zaken die onze leden graag opgelost zien. En daarvoor rekenen ze op jou. Het komt erop aan die verzoekjes te bundelen tot een concrete eis. Weet natuurlijk ook bij wie je met welke vraag op de deur moet gaan kloppen. Het spreekt voor zich dat je even assertief optreedt bij een conflict tussen een lid en de werkgever.

Een noodgeval op het werk, maar geen enkele afgevaardigde op de vloer? Het is belangrijk dat de mensen vertegenwoordigd worden bij problemen. Probeer als team toch iemand te bereiken die ter plaatse kan gaan.

Een afgevaardigde met een goede kennis van de wetgeving over het tijdscrediet of het brugpensioen? Help je leden de juiste formulieren in orde te krijgen. Een afgevaardigde die een belastingbrief kan invullen of een loonbriefje kan controleren? Daarmee kan je je leden van dienst zijn.

Kampt je bedrijf met tijdelijke werkloosheid? Waarom dan niet de werkloosheidsformulieren ophalen van de tijdelijk werklozen? Je kan ze gemakkelijk samen indienen bij het secretariaat in je buurt. Overleg daarover wel eerst met je secretaris en de plaatselijke werkloosheidsdienst. Een kleine moeite, dat wel. Maar het kan tellen als goede dienstverlening. Stapje voor stapje krijg je zo de kans om je nut te bewijzen.



Steeds overtuigd zijn van je eigen boodschap.

Als jij niet gelooft wat je zegt, zal een ander er zeker geen geloof aan hechten.

LAAT JE STEM HOREN!

Profileer jezelf als een sterke figuur met zin voor initiatief. Belangrijk is vooral zelf overtuigd te zijn van je eigen boodschap.

Assertiviteit gaat verder dan een grote mond durven op te zetten. Het gaat erom te zeggen en te tonen wat je denkt en wat je wil. Maar je mag daarbij het respect voor je gesprekspartner niet uit het oog verliezen. Probeer banden te smeden, niet te breken.

AANDACHT!

De verhalen, zorgen en vragen van de arbeiders verdienen je aandacht. Geef hun de kans te ventileren. Let wel, de bedoeling is dat je actief luistert en niet passief. Laat hen rustig uitspreken. Vat samen in je eigen woorden wat je hebt begrepen. Stuur het gesprek door gerichte vragen te stellen. Een eenvoudig voorbeeldje: 'Wat heb je gedaan dit weekend?' In plaats van: 'Goed weekend gehad?' Vermijd met andere woorden vragen waarop het antwoord waarschijnlijk ja of nee zal zijn.

LET OP JE TAAL!

Pas je taal aan aan de context waarin je spreekt of schrijft. En ook aan je doelpubliek. Zowel in een gesprek als in geschreven teksten. Tegen de directie sla je een andere toon aan dan tegen een potentieel lid. En in het verslag van een ondernemingsraad gebruik je meer vakbondstermen dan in een actiepamflet.

Schrijf goede teksten voor je pamfletten, affiches en bedrijfskrantjes.

Hoe doe je dat?

Zorg allereerst voor een uniforme stijl. In lay-out. Gebruik de sjablonen in de Toolbox en op www.abvmetaal.be. Denk aan een praktisch formaat voor je publicaties. Een affiche in A3 formaat is niet gemakkelijk om bij de hand te houden. Een compact foldertje dan weer wel. Prop je bladen niet vol met tekst. Gebruik witruimtes tussen de alinea's. Zo krijg je meer structuur. Verzorg ook je taal. Te beginnen met de schrijftips in de Toolbox. Verzin dan een boeiende titel. Die zet aan tot lezen. Bedenk wat je centrale boodschap is en brei daar niet al te veel aan. Je schrijft zoals je spreekt: met gewone woorden, korte zinnen en zonder al te veel poespas. Want less is more. Gebruik liever je eigen woorden waar dat kan. Die klinken vertrouwd in de oren. Je publiek heeft geen boodschap aan poepchique woorden maar wel aan een heldere uitleg.





GA JE DÉ VRAAG STELLEN?

Wil je de mensen overtuigen om lid te worden? Zorg dan dat je zelf overtuigd bent en zo ook overkomt. Ontdek wat je voor hebt op de rest en zet dat in de verf. Is ABVV-Metaal bijvoorbeeld de grootste vakbond in je bedrijf? Zeg dat dan gerust!

Vind je het moeilijk om een gesprek aan te knopen? Probeer dit dan eens. Leeft er wat op de werkvloer? Of voel je aan dat je collega ergens mee zit? Speel daarop in. En voilà: een aanknopingspunt.

Hou het gesprek op gang door veel open vragen te stellen. En vooral door te luisteren. Geef zeker ook informatie over ABVV-Metaal en onze werking. Maar doseer.

Volgen er (kritische) vragen? Goed teken! Je kandidaat-lid is geïnteresseerd en betrokken. Nu komt het erop aan om rustig te antwoorden of de kritiek te weerleggen. Bedenk misschien zelfs enkele standaardreacties op terugkerende bedenkingen.

Bijvoorbeeld: 'ABVV-Metaal is altijd tegen.' Jouw reactie daarop kan zijn: 'Dat is helemaal niet de bedoeling. We vinden overleg heel erg belangrijk. We weten ook dat je het verst geraakt door compromissen te sluiten. We overleggen heel lang met de werkgever voor we overgaan tot actie. Maar wij laten ons nergens door afschrikken en staan als één blok achter onze arbeiders. Als wij onze stem niet verheffen om problemen aan te kaarten, dan zullen we nooit iets bereiken.'

Bedenk dat veel mensen de knoop pas doorhakken zodra je de vraag daadwerkelijk hebt gesteld. Geen succes? Dring zeker niet aan en blijf vriendelijk. Geef het kandidaat-lid wat ruimte en wat tijd.

Met wat meer geluk sla je wel een nieuw lid aan de haak. Wacht niet te lang en geef je bijna-lid zo snel mogelijk een inschrijvingsformulier. Noteer voor jezelf welke argumenten aansloegen en welke niet.

**Heb je beloftes gemaakt tijdens het gesprek? Hou dat goed bij.
Dit maakt dan weer deel uit van een goede ledenzorg.**

Zorg dragen voor je leden

Aan ledenwerving doen zonder oog te hebben voor ledenzorg?
Dat is dweilen met de kraan open. Willen we onze leden behouden,
dan moeten we vooral een goede vakbond zijn.

Dat is een vakbond die efficiënt en duidelijk communiceert.
Een vakbond met een praktische organisatie op alle niveaus.
Een vakbond waarin iedereen zijn taken correct uitvoert.

DE ANDEREN EEN STAPJE VOOR ...

Belangrijk is de andere vakbond(en) in het bedrijf altijd een stapje voor te zijn. Een manier om dat te doen is alert blijven om nieuwe informatie als eerste op te vangen. Een geïnformeerd lid is een tevreden lid.

DOE WAT JE ZEGT!

Beloftes die je maakte tijdens je verkooppraatje los je in. Of je legt uit waarom je dat niet kan. Laat je leden niet achter met een bedrogen gevoel. Eerlijkheid maakt een betere indruk.

AFGEHAAKT LID ...

Ben je een lid verloren aan de andere vakbond(en)? Pol's in een persoonlijk gesprek naar de reden daartoe.

Wie weet, misschien verandert hij/zij toch nog van gedachte. Zoniet weet je toch al waar het is misgelopen. Trek daaruit conclusies voor de toekomst.

LEDEN MET KINDEREN ...

Laat leden weten dat hun kinderen vanaf 15 jaar gratis lid kunnen worden. Daarmee doe je niet alleen aan ledenzorg. Maar ook aan ledenwerving op lange termijn.

Als een lid
gaat lopen
vraag dan
naar de reden





LEDENBEHEER ...

Houd een zo gedetailleerd mogelijk ledenbestand bij. ABVV-Metaal profileert zich als moderne vakbond. Maak daarom meer gebruik van moderne communicatiemiddelen zoals e-mail. Vraag al je leden om hun e-mailadres! Denk ook aan: naam, voornaam, adres, gsm-nummer, divisie of afdeling op het bedrijf, ...

Hoe deze gegevens praktisch gebruiken? Bel bijvoorbeeld eens naar langdurig zieken om te zien hoe het met hen gaat. En om te vragen of alles in orde is met hun papierwerk voor de ziekenkas of de hospitalisatieverzekering.

Een bedrijf met arbeiders die vaak op verplaatsing werken? Veel tijdelijk werklozen? Zieken? Affiches en pamfletten op de werkvloer zijn vaak niet aan hen besteed. Stuur je leden dan een e-mailtje over de laatste ontwikkelingen op de vloer, de uitkomsten van vergaderingen, ...

HAAST EN SPOED ... IS SOMS WEL GOED!

Stevig onderhandeld met de werkgever om iets te realiseren? En er is werkelijk iets uit de bus gekomen? Zorg dat je leden daarvan op de hoogte zijn. Communiceer! Via affiches, maar ook face to face. Zodat een ander niet met de pluimen kan gaan lopen.



Iemand
lang ziek?
stuur een
e-mail

Valkuilen

In de ledenwerving is er sprake van absolute do's and don'ts. Ze kunnen je ledenwerving maken of kraken. Trap je te vaak in valkuilen? Dan slinkt niet enkel de kans dat je een nieuw lid binnenrijft. Maar zelfs het risico op het verlies van leden neemt toe.



BESTOOK JE KANDIDAAT-LID NIET MET ARGUMENTEN!

Je wil onze vakbond aan de man brengen in een ontspannen gesprek. Niet in een harde discussie. Overval dan ook niemand met je waslijst van argumenten. Haal je argumenten liever druppelsgewijs aan zodra ze relevant worden in het gesprek.

Een al even slecht idee is het om bij het begin van het gesprek al je argumenten tegelijk op tafel te gooien. Het is beter je argumenten te gebruiken in de loop van het gesprek. En denk eraan: wij laten onze dienstverlening en belangenbescherming voor zich spreken. Dat is je voornaamste argument. Verder kan het geen kwaad vroegere verwezenlijkingen van ABVV-Metaal aan te halen. Binnen het bedrijf en daarbuiten. Maar vertel ook over punten die je nog wil realiseren. Positief zijn blijft de boodschap.

PLAATS JEZELF NIET OP EEN VOETSTUK!

Het is een goede zaak om je sterktes te kennen. Laat dat wel geen superioriteitsgevoel in de hand werken. Al helemaal niet tegenover het lid in spe.

Beweer niet dat je alles weet of hebt meegemaakt. En gooi je ervaring en kennis niet te pas en te onpas te grabbel. Want dat maakt je onsympathiek. Natuurlijk moet je je troeven uitspelen. Maar doe het met elegantie.

Neem ook geen al te zelfzekere houding aan tijdens het ledenwervinggesprek. Verwacht geen 'ja' en blijf met je voeten op de grond. Focus je op de zaken die je onder controle hebt. Zoals je duidelijke voorstelling van ABVV-Metaal. Of je ijzersterke argumenten.

GOOI DE HANDDOEK NIET TE SNEL IN DE RING BIJ BEZWAREN!

Heeft je gesprekspartner bedenkingen bij je argumenten? Reageer daar dan niet negatief of agressief op. Wimpel het potentieel lid ook niet af.

Bezwaren en bedenkingen weerleg je door positieve aspecten te benadrukken. Zie het als een gelegenheid om de werking van ABVV-Metaal uiteen te zetten.

STAAR JE NIET BLIND OP DE ANDERE VAKBOND(EN)!

Steek je energie in ABVV-Metaal en in je eigen werking. Verspil geen tijd aan sneren aan het adres van de andere vakbond(en). Het is efficiënter om de aandacht te vestigen op de pluspunten van ABVV-Metaal dan om de rest te schofferen. Want dat heeft een boemerangeffect. Blijf je de naam van de concurrenten toch steeds herhalen? Dat is dan niets minder dan gratis reclame.

BELOFTE MAAKT SCHULD!

Het is al gezegd: beloftes moet je inlossen. Maak dan ook geen onmogelijke beloftes. Ook niet onder druk. Leg liever uit waarom iets niet kan en stel een andere oplossing voor.

EERLIJK DUURT HET LANGST!

Met leugens breng je je eigen geloofwaardigheid en die van de organisatie in gevaar. Wind er daarom geen doekjes om. Wees rechtuit over bepaalde minpunten of nadelen. En probeer ze later te weerleggen met pluspunten.

Zet geen masker op in je rol als ledenwerver. Blijf jezelf. Het risico om door de mand te vallen is te groot. Het resultaat onomkeerbaar.

DRING JE NIET OP!

Opdringerig gedrag? Een lidmaatschap afdwingen? Dat zijn tactieken die beslist niet zullen aanslaan. Laat de ander vrij in zijn of haar keuze. Zeg dat ook uitdrukkelijk in de loop van het gesprek.

EEUWIGE MONOLOG?

In een vruchtbaar gesprek komt meer dan één persoon aan het woord. Geef je gesprekspartner dan ook de kans om iets te zeggen of te vragen. Durf in het andere geval ook zelf het woord te nemen.



Welkom, nieuwkomers

Het onthaal van nieuwe werknemers is de taak van de werkgever. Dat staat zo in CAO nr. 22. Toch besteden niet alle werkgevers er aandacht aan. Is dat bij jou het geval? Maak er dan, met CAO nr. 22 onder de arm, werk van. In andere bedrijven heeft ABVV-Metaal zich deze taak (deels) kunnen toe-eigenen. En dat is een uitstekende zaak.



Want nieuwkomers zijn de belangrijkste bron voor ledenwerving. En het onthaal, dat is het uitgelezen moment om nieuwe leden te maken.

ORGANISEER JE 'OFFENSIEF'!

Het komt erop aan dat je deze gunstige situatie benut. Bespreek met de andere militanten hoe jullie het onthaal gaan aanpakken. Want iedereen is hierbij betrokken. Zeker als je beslist doelgroepgericht te werken. Je zet dan bijvoorbeeld een militant van de jongerenkern in als de nieuwkomer een schoolverlater is.

NIEUWKOMERS EN MILITANTEN AAN HET WERK ...

De eerste werkdag van een nieuwe job is altijd en voor iedereen onwennig. Probeer de nieuwkomers dan ook op hun gemak te stellen. Breek het ijs tijdens een eerste kennismakingsgesprekje. Doe dat in een open en ontspannen sfeer. Breng de nieuwkomer op de hoogte van een aantal praktische zaken. Zoals de werkuren en het aantal pauzes. Toon hem/haar de refter, de toiletten, zijn/haar werkplaats. Stel hem/haar voor aan zijn/haar team. En geef hem/haar de kans om zichzelf voor te stellen. Bezorg de nieuwkomer een telefoonnummer en een e-mailadres waarop je bereikbaar bent. Maak zeker ook een wie-is-wie van je militanten, liefst met contactgegevens en foto's. Is de nieuwkomer al aangesloten bij de vakbond? Zelfs al bij het ABVV? Vraag hem/haar dan bij welke beroepscentrale en in welke regio. Breng de overgang in orde als dat nodig is.

RODE DRAAD DOORHEEN DE METAAL ...

Geef elke nieuwkomer een onthaalpakket van ABVV-Metaal. Op deze kaftjes lees je enkel beperkte informatie. Een beknopte voorstelling van onze vakbond, enkele sociale tips, ... Zo levert ABVV-Metaal het onthaalpakket aan in elke federatie. De bedoeling is dat jij samen met de andere militanten meewerkt aan deze onthaalmap. Zo is er in opbergvakjes aan de binnenkant ruimte voor een agenda en een sectorboekje (Op Zak). Aan jou om deze kaftjes te personaliseren. Voeg een voorstelling van je federatie en/of van je delegatie toe. Hebben jullie een bedrijfskrantje? Dat hoort er zeker bij. Gebruik de sjablonen van de Toolbox. Daarmee kan je gemakkelijk persoonlijke naamkaartjes maken. Voeg die ook toe aan de farde.

Vul de resterende ruimte in met doelgroepgerichte informatie. Bezorg jongeren info over jeugdvakantie, maar informeer uitzendkrachten over uitzendcontracten. Voor de opmaak van deze documenten krijg je hulp. Specifieke sjablonen zal je terugvinden op het intranetdeel van www.abvvmetaal.be.

Voorbereid aan de slag



THERE IS NO “I” IN TEAM!

Alles op een rijtje gezet? Kom dan samen met de (militanten)kern in je bedrijf om ideeën over ledenwerving uit te wisselen. Vraag je luidop af welke tactieken haalbaar zijn in het bedrijf en welke absoluut niet. Bijvoorbeeld omdat ze al worden toegepast door de andere vakbond(en) binnen het bedrijf. Ledenwerving kan geen eenmansactie zijn. Teamwork is van enorm belang. Stel tijdens de bijeenkomst een goede taakverdeling op. Hang daar zeker ook een timing aan vast.



HET JUISTE LOKAAS ...

Wacht het ideale moment af om je argumenten in de strijd te gooien.

Dat is meestal de fase van overweging. Je potentieel lid overweegt om de stap te zetten, maar is er nog niet helemaal klaar voor. Aan jou om hem of haar over de streep te halen.

De goede werking van ABVV-Metaal (onze actie, belangenbehartiging en dienstverlening) is hoe dan ook de basis van je betoog. Dit kan je natuurlijk verder uitwerken. Enkele voorbeeldjes:

- **Als lid ben je beter geïnformeerd.** Over je recht op een eindejaarspremie, op vakantiegeld, op tijdskrediet bijvoorbeeld. Je krijgt ook info die in het voordeel is van de arbeiders. Want die wordt niet altijd prijsgegeven door de personeelsdienst.
- **Als we ons als werknemers organiseren, dan bereiken we veel meer in het bedrijf.** We maken afspraken met de werkgever en zien erop toe dat ze worden nageleefd.
- **Als er problemen zijn, dan kunnen wij ingrijpen voor het te laat is.** Je kan problemen of vragen signaleren aan een afgevaardigde. Die zal jouw punt bespreken tijdens het eerstvolgend overleg met de werkgever.
- **We geven hulp en bescherming aan onze individuele leden, maar ook aan de collectieve arbeidersgroep.** Want ABVV-Metaal is een vakbond die de kant van de werknemers kiest. We staan er wanneer het nodig is, omdat de leden dat van ons verwachten.
- **Als lid krijg je korting op een verblijf in het Bremberg-centrum, stakingsvergoedingen, een syndicale premie.** Je ontvangt het ledenblad 'De Nieuwe Werker' en kan rekenen op juridische hulp, zou je verzeild geraken in een juridische procedure met je werkgever.

Deze argumenten blijven nogal algemeen van aard. Bedenk daarom een vijftal goede argumenten die je altijd achter de hand houdt. Bijvoorbeeld bedrijfs-gerelateerde argumenten waarin je de dienstverlening of prestaties van je delegatie op het bedrijf in de verf zet.

Deze korte handleiding wil niet de bijbel van de ledenwerving zijn.

Dat is trouwens onmogelijk. Want wij werken met mensen. Van een magische succesformule is er dan ook geen sprake.

Als er één ding uit deze leidraad het onthouden waard is, zal het dit zijn:

Om aan ledenwerving te doen kom je al ver met een dosis gezond verstand en aanpassingsvermogen. Daarmee weeg je af welke tip je al dan niet kan gebruiken bij jou in het bedrijf. Of welke valkuil absoluut niet van toepassing is op jouw werking.

Deze handleiding is dus algemeen, maar vooral ook beknopt.

Voel je daarom vrij om aanvullingen en suggesties te mailen naar

rodedraad@abvmetaal.org. Je kan op dit adres ook terecht met vragen over het onthaal of met andere bedenkingen.

Succes!

www.abvmetaal.be

