

Resultat medlemsenkät ICF Sweden Charter Chapter Augusti 2023



Övergripande sammanfattning:

Vad tycker våra medlemmar?

Vi skickade ut en enkät till alla medlemmar som i sitt medlemskap i ICF Global har angivit att de är knutna till ICF Sweden. Av 438 möjliga respondenter, svarade 23% det vill säga 100 personer på enkäten.

Här är sammanfattningen av de tre viktigaste punkterna som vi medlemmar är nöjda med och de tre viktigaste punkterna att förbättra:

Det medlemmarna är nöjda med:

1. **Positiv medlemsupplevelse:** Medlemmarna uttrycker en allmän positiv känsla av medlemskapet i ICF och uppskattar organisationens arbete.
2. **Bra variation och kvalitet på aktiviteter:** Medlemmarna är positiva till det breda utbudet av ämnen och aktiviteter som erbjuds, samt den höga kvaliteten på dessa aktiviteter.
3. **Fortbildning och resurser:** Medlemmarna uppskattar de fortbildningsmöjligheter och resurser som finns tillgängliga på ICF:s hemsida.

Det medlemmarna vill förbättra:

1. **Ökad synlighet och kommunikation:** Medlemmarna önskar ökad synlighet för ICF i samhället och bättre kommunikation om organisationens aktiviteter och förmåner.
2. **Tydligare medlemsnytta och värde:** Det finns en efterfrågan på tydligare kommunikation om vad medlemskap i ICF innebär och hur det skapar skillnad.
3. **Förbättringar i volontärverksamheten:** Medlemmarna vill se mer samordning, engagemang och synlighet för volontärer samt en ökad kunskap om vad volontärarbete innebär.

ICF:s mission är att leda en global utveckling av coaching som profession och stärka världen genom coaching.

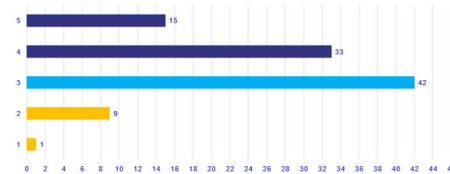
Mission

ICF:s mission är att leda en global utveckling av coaching som profession och stärka världen genom coaching



ICF:s mission är att leda en global utveckling av coaching som profession och stärka världen genom coaching.

Hur väl anser du att ICF Sverige uppfyller på denna mission. På en skala från 1–5 (1=Inte alls, 5= Till fullo)



3,52 – vilken är vår ambition?

Sammanfattning av fritextsvar i fem punkter:

1. Öka tydligheten kring coaching:

- Fortfarande osäkerhet om vad ordet "coach" innebär för många.
- Målet är att det ska vara en självklarhet att anlita ICF Sverige/coacher i olika situationer.

2. Kommunicera medlemskapets värde:

- Behov av att kommunicera varför medlemskap i ICF är viktigt och vad som särskiljer medlemmar från icke-medlemmar.
- Tydligare information om fördelarna med att vara medlem och vad som skapar skillnad.

3. Ökad synlighet i sociala medier:

- Positivt att synligheten ökar på sociala medier, men önskan om ännu mer närvaro och framträdande.

4. Koppla coaching till hållbart ledarskap:

- Efterfrågan på tydligare koppling mellan coaching och skapandet av hållbart ledarskap på olika nivåer.

5. Behov av ökad tydlighet och synlighet:

- Trots aktiv kommunikation och delning av information behövs mer för att sticka ut och öka medvetenheten.
- Vissa upplever konkurrens och ser behov av att bli ännu mer framträdande.

Sammanfattningsvis betonas vikten av att klargöra och kommunicera coachingens värde och koppling till hållbart ledarskap. Det finns även önskemål om ökad synlighet och tydlighet kring medlemskapets fördelar samt behov av att sticka ut och vara mer framträdande i olika sammanhang.

Medlemsvärdets 3 hörnstenar



Premium
Varumärke



Fortbildning för
omcertifiering

Coachcirkel



Kommunikation &
Marknadsföring

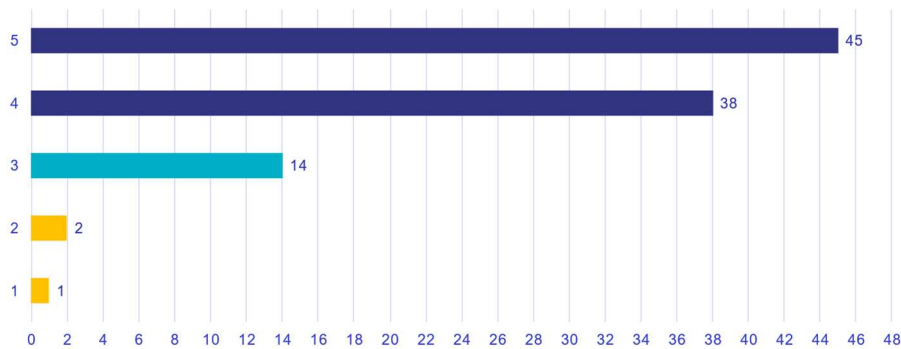
Positionering –
Coaching som
profession



Hörnsten nr 1: ICF är ett premiumvarumärke, att vara medlem är en självklarhet.

Hörnsten nr 1: ICF är ett premium varumärke, att vara medlem är en självklarhet.

På en skala från 1 – 5 (1=tar helt avstånd från, 5=instämmer till fullo)



4,24 – vilken är vår ambition?

Sammanfattning av fritextsvar i fem punkter:

1. Synlighet och varumärke:

- Viktigt att öka synligheten genom olika sammanhang och lyfta fram framgångsberättelser.
- Fokus på att vara seriösa och betona kvalitet, men kostnaden för medlemskap kan vara avskräckande.

2. Medlemsnytta och engagemang:

- Medlemmarnas engagemang kan stärkas ytterligare både internt och externt.
- Önskemål om tydligare medlemsnytta och mer synlighet utåt.

3. Krav på kvalitet och enkelhet:

- Hög kvalitet och kompetens hos medlemmar betonas, men regelverket och informationen kan kännas komplicerad.
- Efterfrågar förenklad information och regelverk.

4. Certifiering och medlemskapets värde:

- Certifiering ger trovärdighet, men kostnaden för medlemskap och global anslutning kan vara avskräckande.
- Behov av att öka medlemskapets värde och göra det till en självklarhet.

5. Fortbildning, nätverk och positionering:

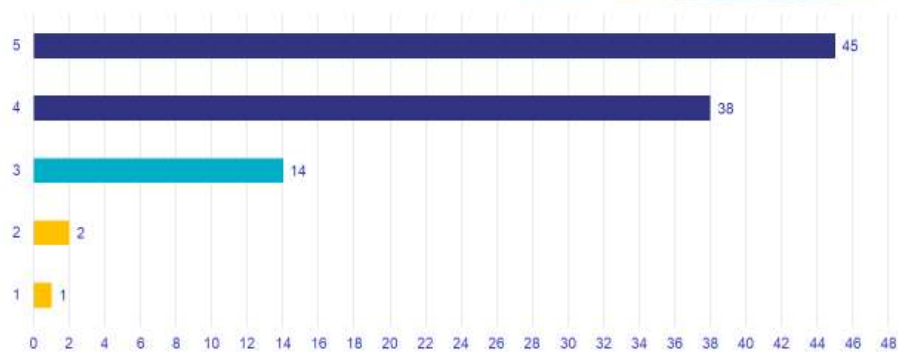
- Positiva till internfortbildning och marknadsföring av coaching.
- Önskar stärkt varumärkesarbete, ökad medvetenhet om ICF och möjlighet till fysiska träffar för medlemmar.

Sammanfattningsvis visar medlemmarnas synpunkter på behovet av ökad synlighet, tydligare medlemsnytta, enklare information och starkare varumärkesarbete. Det betonas även vikten av hög kvalitet, certifiering och stärkt positionering av ICF inom coachingbranschen.

Hörnsten nr 2: ICF erbjuder fortbildning för lärande och utveckling som coach.

Hörnsten nr 1: ICF är ett premium varumärke, att vara medlem är en självklarhet.

På en skala från 1 – 5 (1=tar helt avstånd från, 5=instämmer till fullo)



4,24 – vilken är vår ambition?

Sammanfattning av fritextsvar i fem punkter:

1. Bredd av ämnen och medlemsaktiviteter:

- Uppskattar möjligheten till mångsidiga ämnen och bredd i medlemsaktiviteter.
- Önskar fler medlemsseminarier och möjligheter till fördjupning.

2. Bra variation och kvalitet på aktiviteter:

- Positiv syn på variation och hög kvalitet på kvällsaktiviteter och kompetenshöjande evenemang.
- Digitala aktiviteter gör det lättare för alla att delta, men önskar också fysiska möten ibland.

3. Behov av ökad fysisk närvaro och praktisk stöd:

- Önskar fler fysiska möten och seminarier för att öka medlemsamhörigheten.
- Efterfrågar stöd kring certifiering och möjligheter till praktiskt verktyg för coaching.

4. Utbildning och karriärvägar:

- Uppskattar befintliga fortbildningar men efterlyser fler kurser, speciellt för erfarna coacher.
- Önskar större fokus på att hjälpa coacher hitta uppdrag och karriärvägar.

5. Kommunikation och samhörighet:

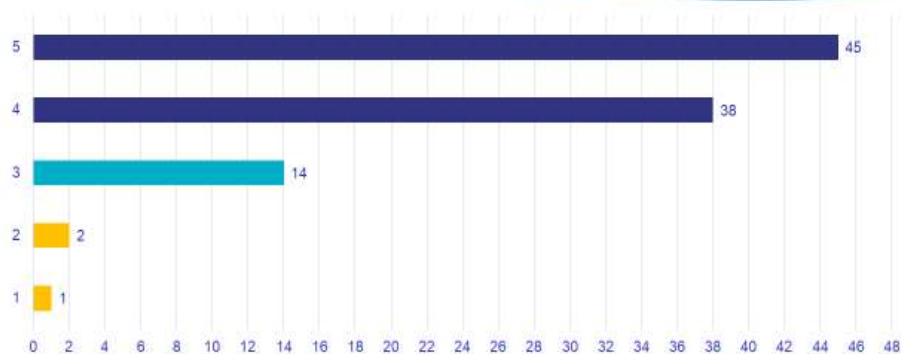
- Positiv syn på webbseminarier och lättillgängliga online-evenemang.
- Efterfrågar bättre kommunikation kring nyheter, forskningsresultat och erfarenheter från andra coacher.

Sammanfattningsvis är medlemmarna positiva till det breda utbudet av ämnen och aktiviteter, men önskar ännu mer mångsidighet, både i ämnen och tillfällen. Kvaliteten på aktiviteterna är överlag hög, men vissa önskar mer fysisk närvaro och praktiskt stöd. Utbildning och karriärvägar är viktiga aspekter, och medlemmarna efterlyser även ökad kommunikation och samhörighet genom olika kanaler.

Hörnsten nr 3: ICF arbetar för att öka förståelsen för coaching som profession och stärka dess position i samhället.

Hörnsten nr 1: ICF är ett premium varumärke, att vara medlem är en självklarhet.

På en skala från 1 – 5 (1=tar helt avstånd från, 5=instämmer till fullo)



4,24 – vilken är vår ambition?

Sammanfattning av fritextsvar i fem punkter:

1. Ökad synlighet och medie närvaro:

- Önskemål om att vara mer närvarande i media, press, poddar och sociala medier.
- Behov av att synas mer i offentligheten och förklara coachingens värde och effekter.

2. Förståelse och marknadsföring:

- Eftersöker tydligare förklaring av utbildningens djup och komplexitet utåt.
- Önskan om ökad synlighet och marknadsföring för att nå yngre generation och öka medvetenheten om coaching.

3. Kommunicera demokratiserad coaching:

- Framhäver vikten av att kommunicera hur demokratiserad coaching kan vara en frisk- och framgångsfaktor.
- Tröskeln för coaching kan vara stor, men behovet finns, särskilt inom organisationer.

4. Synlighet och närvaro i sammanhang:

- Önskan om ökad synlighet i olika forum, inklusive sociala medier och debatter.
- Betonar fördelar med att vara närvarande på mässor och event för att nå olika målgrupper.

5. Fokus på professionell coaching och synlighet:

- Behov av att öka medvetenheten om ICF och professionell coaching gentemot olika sektorer, inklusive kommuner och myndigheter.
- Önskan om att förmedla coachingens värde och fördelar genom olika kanaler.

Sammanfattningsvis betonas vikten av ökad synlighet, speciellt i media och olika sammanhang. Det efterfrågas tydligare kommunikation om coachingens värde och djup samt att nå ut till olika målgrupper och sektorer för att öka förståelsen och medvetenheten om professionell coaching.

Vad tänker våra medlemmar om våra strategiska mål?

ICF Sveriges strategiska mål

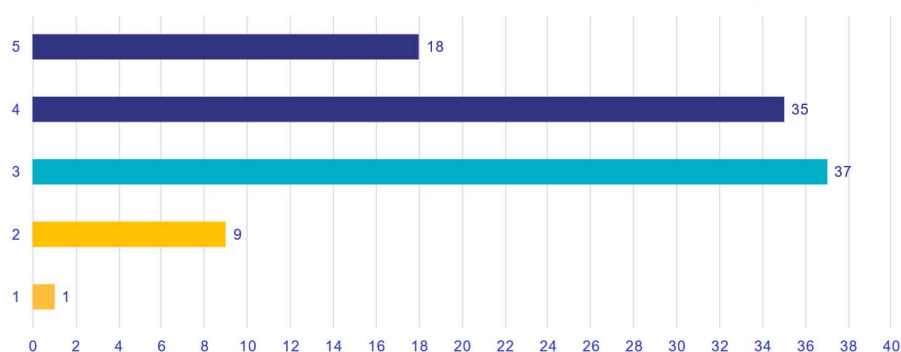
- 1. Utveckla förmågor** Stärka medlemmarnas professionella utveckling genom att tillvarata ICF:s samlade resurser.
- 2. Förmedla** Skapa samhörighet och strukturer för nätverkande.
- 3. Påverka** Främja coaching i samhället och positionera ICF coacher som det självklara valet på marknaden.
- 4. Leda** Skapa förutsättningar för engagemang och utveckling hos våra volontärer.



1 Utveckla förmågor - Stärka medlemmarnas professionella utveckling genom att tillvarata ICF:s samlade resurser.

1a. Utveckla förmågor - Stärka medlemmarnas professionella utveckling genom att tillvarata ICF:s samlade resurser.

På en skala från 1 – 5 (1=inte alls, 5=helt och fullt):



3,60 – vilken är vår ambition?

Sammanfattning av fritextsvar i fem punkter:

1. Fortbildning och resurser:

- Positiv syn på de fortbildningsmöjligheter och information som finns tillgängliga på hemsidan.
- Uppskattning av fortbildning kring kärnkompetenser och etik, men efterfrågan på mer affärsmässig rådgivning för blivande coacher.

2. Önskan om ökad delaktighet:

- Uppmuntran till medlemmar att dela kunskap och erfarenheter via olika aktiviteter och webinarer.
- Önskan om ökade fysiska möten för att främja djupare samtal och erfarenhetsutbyte.

3. Fortsatt digital utveckling:

- Uppskattning av digitala möjligheter, som webinarer och digitala träningar, för att främja lärande och kunskapsutbyte.

4. Förbättringspotential:

- Behov av en mer användarvänlig och attraktiv hemsida.
- Önskan om fler inspelade innehåll och filmer för de som inte kan delta i realtid.

5. Framhållna fördelar:

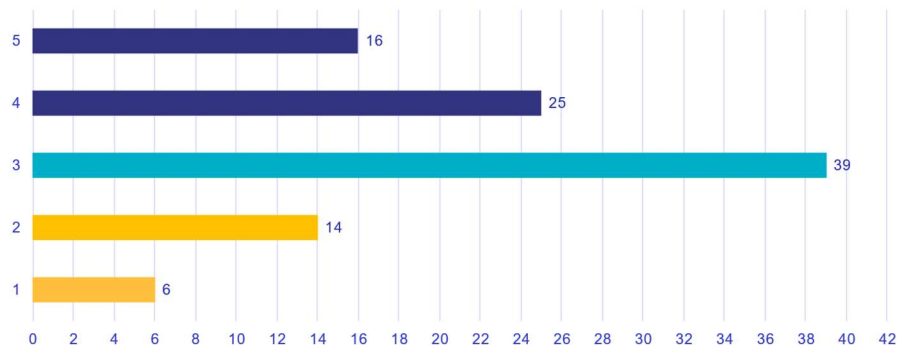
- Positiv feedback på befintliga utbildningar, seminarier och workshops.
- Uppskattning av medlemsförmåner och samarbeten med andra organisationer.

Sammanfattningsvis betonas behovet av affärsmässig rådgivning för blivande coacher, önskan om ökad delaktighet och kunskapsutbyte bland medlemmarna, samt positiva omdömen om de befintliga utbildningarna och resurserna. Därutöver poängteras önskemålet om ökad användarvänlighet på hemsidan och fler inspelade innehåll för tillgänglighet.

2. Förmedla – Skapa samhörighet och strukturer för nätverkande.

2a. Förmedla – Skapa samhörighet och strukturer för nätverkande

På en skala från 1 – 5 (1=inte alls, 5=helt och fullt):



3,31 – vilken är vår ambition?

Sammanfattning av fritextsvar i fem punkter:

1. Samhörighet och nätverkande:

- Önskan om att öka samhörigheten och möjligheterna till nätverkande bland medlemmar.
- Föreslagna idéer inkluderar coachcirkeln, webinarer med breakout rooms, mentorskap och coachande teamutveckling.

2. Fysiska möten:

- Efterfrågan på möjligheter till fysiska träffar och nätverkande, särskilt när pandemin hindrar detta.

3. Behov av mer information:

- Vissa medlemmar upplever bristande information om nätverkande och samhörighet och önskar tydligare kommunikation om dessa aktiviteter.

4. Digitala möjligheter:

- Positiv uppskattning av digitala mötesformat som webinarer och coachcirklar för att främja nätverkande och samhörighet.

5. Förslag och utvecklingsområden:

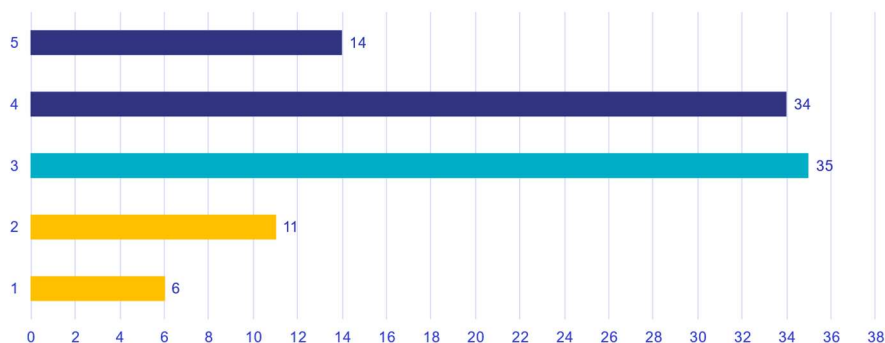
- Fler öppna mötesmöjligheter, lokala nätverksträffar och mer samverkan över hela Sverige föreslås.
- Fler IRL (In Real Life) medlemsevent efter pandemin för att främja personliga möten och samhörighet.

Sammanfattningsvis framgår önskemål om ökat nätverkande och samhörighet bland medlemmarna genom olika mötesformat, både digitala och fysiska. Det finns även en efterfrågan på tydligare kommunikation om dessa aktiviteter och en positiv inställning till att utveckla fler möjligheter till öppna träffar och samverkan.

3. Påverka – Främja coaching i samhället och positionera ICF Coacher som det självklara valet på marknaden.

3a. Påverka – Främja coaching i samhället och positionera ICF Coacher som det självklara valet på marknaden.

På en skala från 1 – 5 (1=inte alls, 5=helt och fullt):



3,39 – vilken är vår ambition?

Sammanfattning av fritextsvar i fem punkter:

1. Företagssamarbeten och kunskap:

- Positiv inställning till företagssamarbeten.
- Ett behov av att öka kunskapen om coaching i samhället och bland tjänsteinköpare.

2. Synlighet och content creation:

- Önskan om ökad synlighet i sociala medier, särskilt på Instagram.
- Föreslagna strategier inkluderar mer aktiv content creation och närvaro i olika medier.

3. Synlighet i olika sammanhang:

- Önskan om att synliggöra coaching som ett alternativ på friskvårdsbidraget och i olika mediakanaler som poddar och TV-program.

4. Kunskapsspridning och varumärkeskännedom:

- Identifiering av att ICF är känt bland de som är insatta i coaching, men önskan om att nå ut till en bredare publik och öka kunskapen om mervärdet med coaching.

5. Kommunikation och marknadsföring:

- Förslag om ökad kommunikation och marknadsföring genom att skriva och dela artiklar, synliggöra medlemmar och utföra intervjuer med coacher.

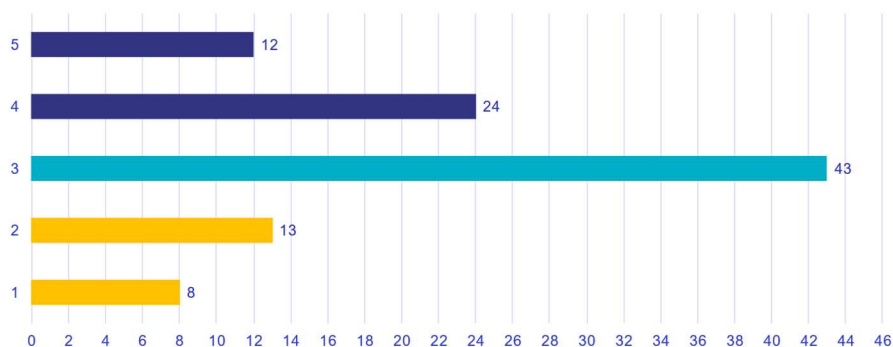
- Önskan om att vara mer närvarande och aktiva i samhällsfunktioner, på företag och i mediarelaterade event.

Sammanfattningsvis eftersträvar medlemmar ökad synlighet och kunskapsspridning om coaching, både i samhället och bland tjänsteinköpare. Det framkommer önskemål om strategier som content creation, närvaro i olika mediakanaler och att bli mer proaktiva i samhällsfunktioner och mediakontakter. Det finns även önskemål om att tydligare visa mervärdet med coaching och att nå en bredare publik.

4. Leda – skapa förutsättningar för engagemang och utveckling hos våra volontärer.

4a. Leda – skapa förutsättningar för engagemang och utveckling hos våra volontärer.

På en skala från 1 – 5 (1=inte alls, 5=helt och fullt):



3,19 – vilken är vår ambition?

Sammanfattning av fritextsvar i fem punkter:

1. Behov av samordning för volontärer:

- Upplevelse av ensamhet bland volontärer.
- Efterfrågan på mer samordning och struktur för volontärarbetet.
- Medvetenhet om att balansen mellan volontärarbete och vanliga arbeten måste beaktas.

2. Okunskap om volontärverksamheten:

- Oklarhet om vad volontärer innebär eller vilka som ingår i detta.
- Bristande kunskap om volontärverksamheten och dess innebörd.

3. Önskan om engagemang och uppskattning:

- Efterfrågan på att uppmuntra och belöna de som är engagerade som volontärer.
- Uppskattning för det arbete som volontärerna utför.

4. Önskan om synlighet och kommunikation:

- Önskan om att ICF syns mer och kommunicerar bättre, särskilt gentemot allmänheten, media och internet.
- Förbättringspotential i att synliggöra volontärverksamheten och dess roll för organisationen.

5. Blandad upplevelse av volontärarbete:

- Variation i volontärers erfarenheter och engagemang, med både positiva och negativa perspektiv.
- Utmaningar som rör ledarskap, kommunikation och involvering av volontärer.

Sammanfattningsvis återspeglar texten en blandning av åsikter kring volontärverksamheten inom ICF. Det framkommer att behovet av samordning, kommunikation och engagemang för volontärer är viktigt, liksom att adressera frågor som rör synlighet och uppskattning. Det finns även en önskan om att förbättra kunskapen om volontärarbete och hur det kan vara en del av medlemsutvecklingen.

Annan feedback du vill passa på att ge ICF Sverige.

Sammanfattning av fritextsvar i fem punkter:

1. Positiv medlemsupplevelse:

- Allmänt positiva känslor kring medlemskapet i ICF.
- Uppskattning och tack för organisationens arbete.

2. Önskan om ökad närvaro i samhället:

- Efterfrågan på att bli en starkare närvaro och aktör i samhället, både inom privat och offentligt näringsliv.
- Önskan om ökad tillgänglighet för rådgivning och information, särskilt vid certifiering och uppdateringar.

3. Utbildarfeedback och förbättringar:

- Önskan om tydligare kommunikation kring certifieringskrav och uppdateringar för utbildare.
- Uppmuntran till ICF att hålla regelbundna möten och vara uppdaterade kring krav för utbildare.

4. Förbättringar i kommunikation och synlighet:

- Önskan om att förenkla webbplatsen, förbättra information om certifieringar och ha bättre kommunikatörer.
- Uppmaning till ICF att bli mer synliga i media och i samhällsdebatten, samt öka deltagande i olika evenemang.

5. Blandade synpunkter och förslag:

- Blandade synpunkter på medlemsavgifter och utmaningar med certifieringssystemet.
- Önskan om ökad närhet mellan styrelsen och volontärer, samt bättre representation och sammanhållning på evenemang.
- Betydelsen av att stärka varumärket och kommunicera om coaching.

Sammanfattningsvis visar texten att medlemmar är generellt nöjda med ICF, men det finns också önskemål om förbättringar kring kommunikation, synlighet och medlemsförmåner. Det finns även varierande åsikter kring certifiering, engagemang och ledarskap inom organisationen.