



MEDLEMSTILFREDSHEDSUNDERSØGELSE

17. februar 2023

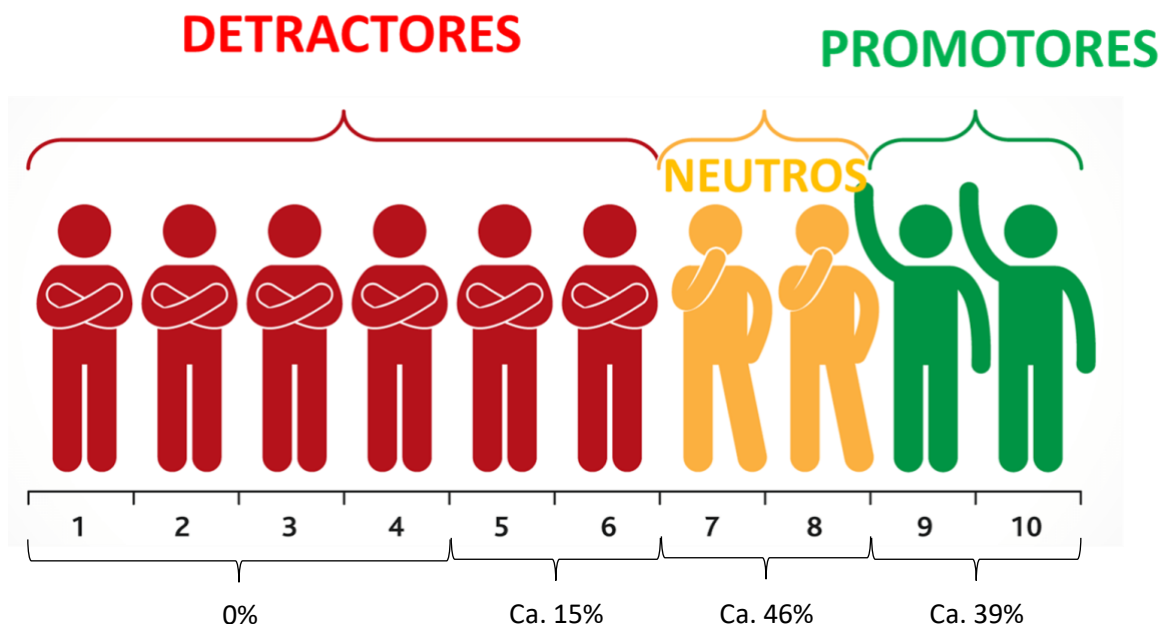
Kasper Roldsgaard

Formål:

Formålet med medlemstilfredshedsundersøgelsen er at indsamle relevant viden om vores medlemmer, så den nye bestyrelse kan lykkes med at ændre medlemsfaldet til medlemsvækst i 2023.

Hovedkonklusioner:

1. Medlemstilfredshedsundersøgelsen viser at 98% af medlemmerne anbefaler netværket. Den samlede tilfredshedsscore er på 8,24 ud af 10. Kønssammensætningen i undersøgelsen er ca. 80% mænd og 20% kvinder. Tilfredsheden blandt de mandlige medlemmer er: 8,18 ud af 10. Tilfredsheden blandt de kvindelige medlemmer er: 8,50 ud af 10. I alt 39% af medlemmerne i undersøgelsen er [promotere](#) (tilfredshedsscore=9,10), hvoraf 25% er kvinder. **NPS-scoren på 24** (metode: 39% [promotere](#) minus 15% [kritikere](#)) er tilfredsstillende, men med plads til forbedring. Note: Deltagelse i medlemstilfredshedsundersøgelsen på ca. 40% af populationen kan tolkes som et udtryk for, at mange af [kritikerne](#) har valgt ikke at deltage i undersøgelsen, hvorfor der er en betydelig risiko for, at tilfredsheden i realiteten er væsentligt lavere end de 8,24 ud af 10, og især at NPS-scoren er markant lavere for hele netværket.



- **Promoterne. Vigtigst for de mest tilfredse medlemmer (tilfredshedsscore=9,10):** Relevante emner (81%), udvide netværk (75%), fagligt fællesskab (69%), socialisere (63%) og få energi (56%). De varme fortalere for vores netværk går mindre op i hvem der er foredragsholderen (44%). Over halvdelen af promoterne (56%) er interesseret i at blive mentor. Det er glædeligt at 50% af de kvindelige medlemmer der deltager i medlemstilfredshedsundersøgelsen er varme fortalere for vores netværk.
- **De neutrale. Vigtigst for de neutrale medlemmer (tilfredshedsscore=7,8):** Relevante emner (84%), udvide netværk (68%) og relevante foredragsholdere (53%). De lægger vægt på at få energi (47%), være en del af et fagligt fællesskab (42%) og socialisere (42%). Cirka 1/3 er interesseret i at blive mentor.



International Business Club - CBS

- **Kritikerne. Vigtigst for de utilfredse medlemmer (tilfredshedsscore=5,6):** Udvide deres netværk (83%). Utilfredsheden er størst blandt de medlemmer der tilskriver det en værdi at udvide deres netværk (7,33 ud af 10). De mener at netværket IKKE giver mulighed for at netværke. På trods af at de er kritiske, så bidrager mange af dem faktisk med gode forslag til at gøre vores netværk mere attraktivt. En kritiker kommer med en klar anbefaling: "Mere tid til at netværke, og et godt sted at netværke". Kritikerne lægger derudover vægt på at være en del af et fagligt fællesskab (67%) og få inspiration og ny viden om relevante emner (67%), leveret af relevante foredragsholdere (50%). Det betyder også noget for dem at socialisere (50%), men emnets relevans er ikke vigtigt for dem, fordi de fokuserer så meget på HVEM der holder foredrag. En fællesnævner for kritikerne er at de IKKE får energi af at komme til netværksarrangementerne (0%). De fleste kritikere mener at der kun skal udbydes foredrag, generalforsamling og årlig gallamiddag. Alle kritikerne er mænd. De fleste af dem over 60 år. Kritikerne ønsker ikke at være mentor, så de kan give deres erfaring videre til de unge mennesker.
- 2. Undersøgelsen viser en positiv sammenhæng mellem at medlemmerne får energi af at komme til netværksarrangementerne og høj tilfredshedsscore. Undersøgelsen viser at de nyeste medlemmer tenderer til at være de klart mest positive medlemmer. De nye medlemmer er kendetegnet ved at have en markant mere balanceret fordeling mellem mænd og kvinder. Tilfredsheden er i øvrigt større blandt de medlemmer der er interesseret i at blive mentor (8,81 ud af 10), hvorimod tilfredsheden blandt de medlemmer der er IKKE interesseret i at blive mentor, er lavere (7,88 ud af 10).
- 3. Undersøgelsen viser en negativ sammenhæng mellem medlemsanciennitet og utilfredshed. Kritikerne er stærkt utilfredse med at netværket ikke fungerer optimalt i forhold til at medlemmerne kan udvide deres netværk med relevante personer. Kønssammensætningen blandt de gamle medlemmer er ekstremt mandsdomineret. Ingen af disse skeptikere får energi af at komme til netværksarrangementerne.

Medlemsanciennitet:

- Gruppe 1. Tilfredsheden for medlemmerne med en medlemsanciennitet på 0-1 år: 8,50 ud af 10. Kønssammensætningen er 50% mænd og 50% kvinder. Alle i aldersgruppen 30-59 år. Gruppen udgør ca. 20% af deltagerne i tilfredshedsundersøgelsen. Bemærk følgende resultater:
 1. Alle nye medlemmer kommer for at få inspiration og ny viden om relevante emner (100%).
 2. Alle nye medlemmer ønsker at udvide deres netværk (100%).
 3. Næsten alle får energi af at komme til netværksarrangementerne (88%).
 4. De fleste er af de nye medlemmer er interesseret i paneldebatter (75%).
 5. Mange af de nye medlemmer er interesseret i at blive mentor (63%).
 6. De nye vægter det sociale aspekt (63%) lige så vigtig som at forelæseren er relevant (63%).
 7. De nye medlemmer tilskriver en begrænset værdi til den årlige gallamiddag (25%), så det er ikke den måde vi rekrutterer nye medlemmer på, mens det er godt for at fastholde medlemmer.
- Gruppe 2. Tilfredsheden for medlemmerne med en medlemsanciennitet på 1-10 år: 8,50 ud af 10. Kønssammensætningen er ca. 80% mænd og 20% kvinder. Gruppen udgør ca. 44% af deltagerne i tilfredshedsundersøgelsen.
- Gruppe 3. Tilfredsheden for medlemmerne med en medlemsanciennitet på over 10 år: 7,73 ud af 10. Kønssammensætningen er 100% mænd og 0% kvinder. Gruppen udgør ca. 37% af deltagerne i tilfredshedsundersøgelsen. Halvdelen af dem ønsker paneldebatter og flere efterspørger også virksomhedsbesøg. Bemærk at det tilsvarende resultat for medlemmerne +60 år er 8,20.



International Business Club - CBS

Relevant feedback:

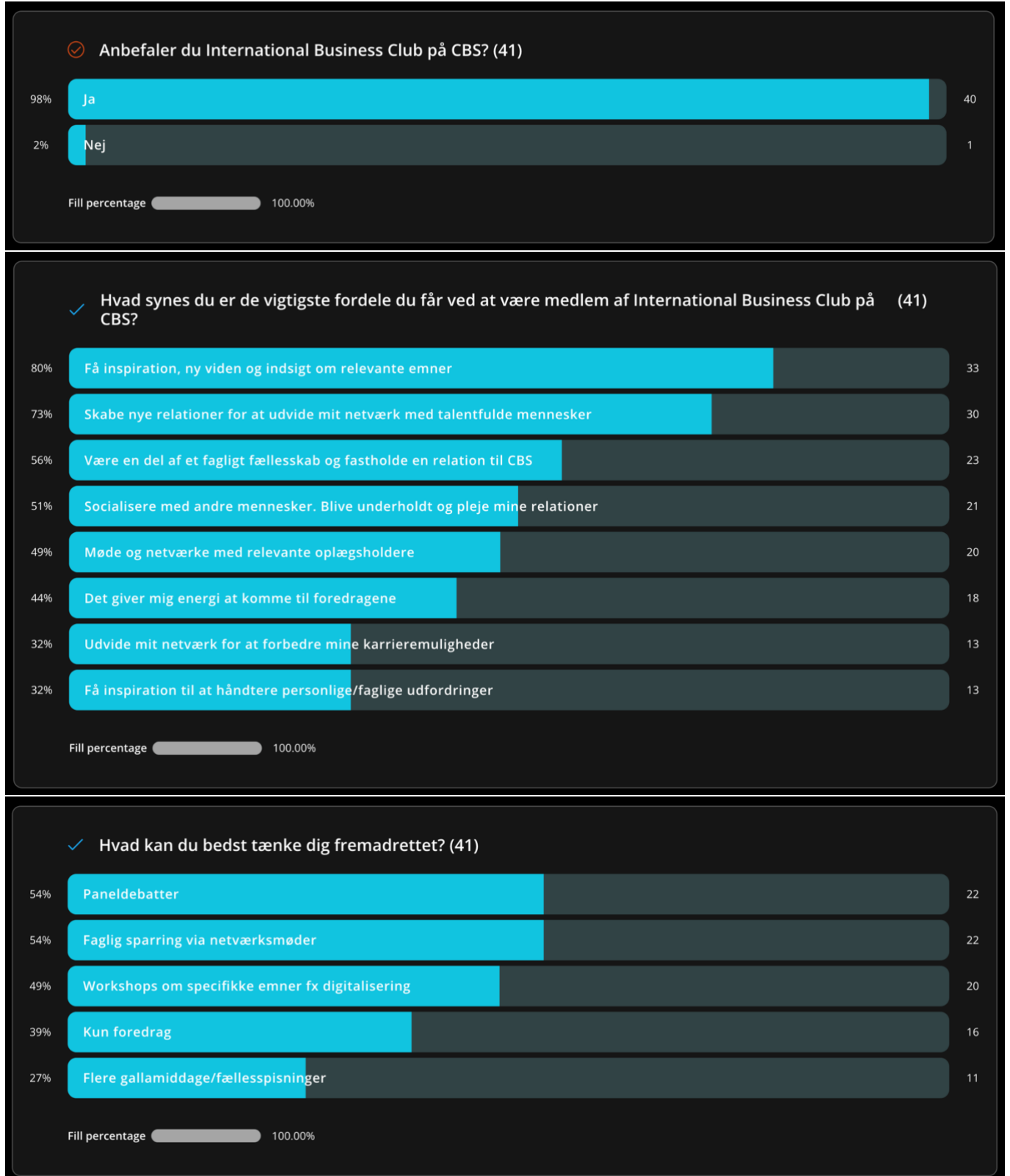
1. Forslag. Lave et nyt mere eksklusivt miljø hvor man føler at man kommer ind på livet af foredragsholderen.
2. Jeg kan ikke deltage til events på Mandag og Tirsdag lige nu. Jeg tror det er bedste hvis arrangementer er ikke på den samme ugedag hver gang.
3. Fremmødet kan nogle gange være beskedent. Kan der være veje til at øge dette.
4. Mere fokus netværk og relationsskabelse ifm. events'ene.
5. Bedre samarbejde med CBS.
6. Bruge medlemmer til oplæg hvis de besidder særlige kernekompetencer. Survey over kompetencer i netværket, øge kaffemuligheder (tid på fx:)
7. Arbejde med formatet. Tænke nyt, tiltrække unge talenter, skabe et sponorerat for unge, tiltrække virksomheder, som sponsorer; gruppearbejde, relevante temaer for unge.
8. Jeg så gerne at der var flere yngre deltagere med som aktuelt arbejder i spændende virksomheder, eller som har en nyere og tung CBS-uddannelse. Det ville give flere nye perspektiver blandt deltagere, og ikke at det er kun er oplægsholdere der kommer med noget nyt
9. Jeg har været meget imponeret over talerne som foreningen har været i stand til at få til at tale.
10. Jeg kunne tænke mig genindførelse af virksomhedsbesøg som supplement til foredrag på CBS eller andre steder.
11. Største udfordring er manglen på nye medlemmer der kan tilbyde en relevant og spændende netværksmulighed som jeg søger.
12. Det er altid svært, da det skal passe alle. Jeg deltager dog desværre ikke så tit i de normale arrangementer, da jeg har svært ved at være på Frederiksberg kl. 16. Men ved også godt at andre har det bedst med at det er slut så man kan være hjemme i ordentlig tid.
13. Mere networking time, og godt sted at netværke.
14. Workshops og virksomhedsbesøg kunne være rigtig interessante.
15. Den tager vi i bestyrelsen :)



International Business Club - CBS

Resultater:

Opgjort den 17. februar 2023.



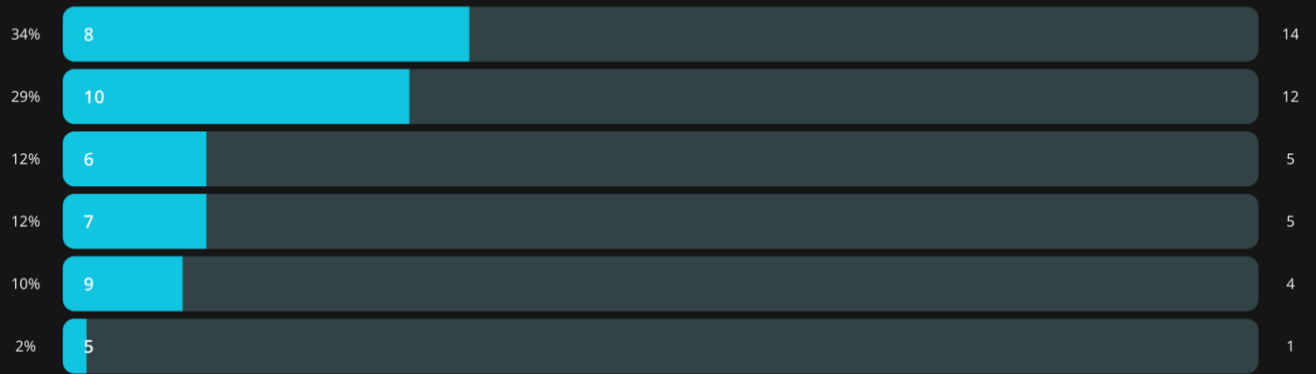


International Business Club - CBS

Er du interesseret i at blive mentor? (41)



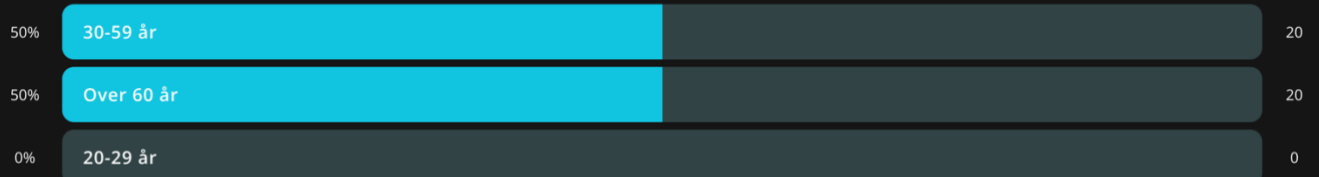
Hvor tilfreds er du som medlem af International Business Club på CBS? (41)



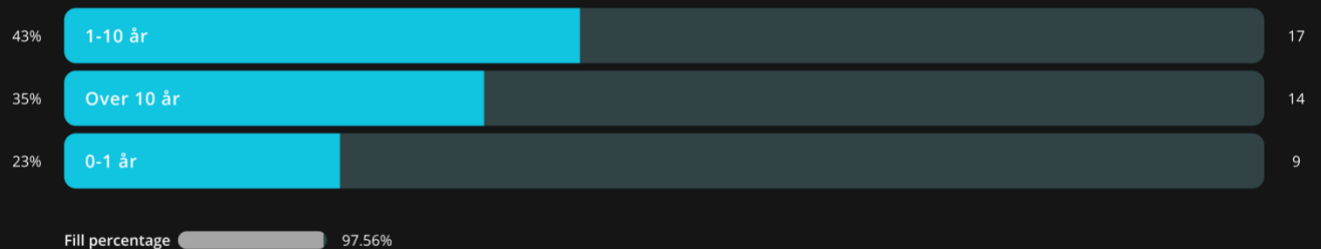
Kønssammensætning (40)



Aldersgruppe (40)



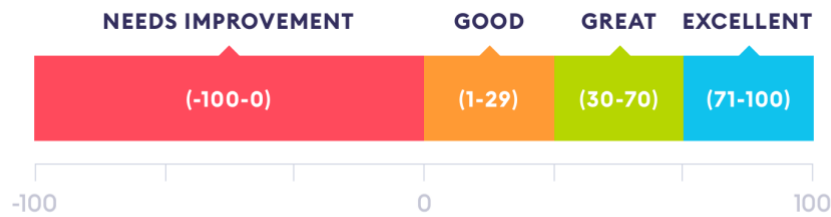
Anciennitet som medlem af International Business Club på CBS (40)





Fodnote:

What is a good NPS score?



How Can You Improve Your NPS Score?

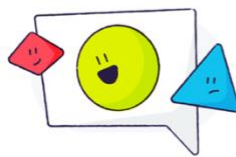
1. Position NPS Surveys Where They Have Impact



2. Analyze Promoters and Detractors



3. Track and React to Customer Feedback



4. Encourage Internal Buy-In



5. Empower Customer-Facing Employees

