



Brugerundersøgelse 2022

KORT RESUMÉ AF UNDERSØGELSEN FRA JANUAR 2022

UDARBEJDET AF CHRISTIAN KELDSEN (+299 55 99 99)



CLUB DANOIS

1 Interessent og medlemsundersøgelse i Club Danois 2022

Dette dokument er en kort opsummering af den omtalte undersøgelse.

1.1 Baggrund

Club Danois (C/D) har 479 medlemmer og en Facebook-gruppe med 6.646 følgere, der alle har en interesse i klubbens aktiviteter, der primært er centreret omkring Alpes Maritime og Var i Sydfrankrig. Der er i 2022 gennemført en medlems- og interessentundersøgelse målrettet foreningens medlemmer og Facebook-gruppens følgere. Formålet har været at opnå indsigt i:

1. Tilfredsheden med klubben
2. Tilfredshed med- og inspiration til arrangementer
3. Klubbens kommunikation via forskellige kanaler
4. Indsigt i interessen for medlemsbladet og dens indhold
5. Generelle forbedringspunkter

Der er modtaget 312 svar i undersøgelsen, der konkluderer, at der er en høj tilfredshed med foreningen. 65,8 % af respondenterne er medlemmer af foreningen, og der er dermed en responsrate på over 40 %.

Den største deltagelse er fra folk, der har en feriebolig i Sydfrankrig og som derfor ikke er bosiddende i landet hele året. Den typiske respondent er mellem 61 og 80 år gammel, men der er en stor gruppe af respondenter, som ikke er medlemmer og som findes i aldersgruppen 51-60 år – disse kan forventes at være potentielle medlemmer, hvis foreningen kan målrette sig deres ønsker og behov.

1

1.2 Tilfredshed med Club Danois

På en skala fra 1-5 scorer foreningen et vægtet resultat på 4,1 hvilket er flot.

1.3 Arrangementskategorier

Der er en stærk indikation af, at foreningen har et godt og relevant mix af arrangementstyper, om end der foreslås flere arrangementer, hvor også børn kan være med samt arrangementer som tennis, bridge og cykling. Styrken i arrangementerne synes at være at finde omkring arrangementer med kulturelle elementer. Muligheden for at tilegne sig viden og indsigt er populært, men der er også en interesse i medlemsrabatter. Foredrag og guidede ture er vigtige arrangementer.

Folks geografiske placering synes at være til hinder for deltagelse i nogle typer af arrangementer, mens tidspunktet på dagen arrangementerne afholdes også har en relevans – især hvis man vil nå et fortsat erhvervsaktivt segment.

Der kan ikke konkluderes noget éntydigt omkring flerdages arrangementer, idet der er en interesse herfor, mens mange ikke er interesserede heri.

1.4 Kommunikation

Club Danois kommunikerer i flere kanaler:

- Facebookgruppen ”Danskere i Sydfrankrig” – åben for alle
- Nyhedse-mail (ugentligt) – udsendes til medlemmer
- Medlemsbladet (3-4 gange årligt) – udsendes til medlemmer som et fysisk blad

Facebook-gruppen, Danskere i Sydfrankrig, er samlet set den mest populære kanal. Både medlemsbladet og nyhedsmailen er populære blandt medlemmerne, og derfor vigtige kanaler at opretholde og udvikle. Der efterlyses til dels en professionalisering af medlemsbladet, hvilket bestyrelsen i 2022 arbejder med, bl.a. ved ansættelse af en lønnet redaktør.

Via Facebook-gruppen er der mulighed for at opnå en egentlig interaktion med medlemmerne, udover hvad der kan opnås via arrangementer og til dels e-mailhenvendelser. Gruppen er desuden vigtig, ikke blot til information, men også til markedsføring af foreningen og ikke mindst arrangementerne.

1.5 Medlemsbladet

Over 80 % af medlemmerne læser ifølge undersøgelsen medlemsbladet, som dermed er en vigtig kanal til at opretholde en relation med medlemmerne i. Der synes overordnet at være en tilfredshed med bladet og dets indhold. Enkelte medlemmer, især yngre, foreslår en overgang til et digitalt medlemsblad, mens andre (men meget få) respondenter ønsker en yderligere professionalisering af bladet.

Der er tilfredshed med indholdet af bladet, men der synes at være et særligt fokus omkring et indhold af mere praktisk karakter, fx adgang til håndværkere, erfaringer med flytning til Frankrig, fransk-danske forhold, erhvervshistorier og generelle praktiske informationer, især medicinsk og juridisk. Noget kan derfor tyde på, at bladet fungerer for mange som et opslagsværk, hvor man henter praktiske informationer og gør sig kloge på, hvad det vil sige at være dansk i Sydfrankrig.

Beretninger om arrangementer og oplevelser i små byer i området, synes også at have interesse og kan være med til skabe inspiration.

1.6 anbefalinger

Foreningen er dynamisk og arbejder derfor løbende med sin udvikling. Der er derfor også udarbejdet nogle enkelte forslag til handlingsplaner, som bestyrelsen kan vælge at behandle:

1. Takt og tone for kommunikation (kommunikationspolitik)
2. Kampagne målrettet yngre interessenter
3. Teknisk løsning til hjemmeside
4. Undersøg interessen for en ”søsterklub” længere vest på
5. Kontakte interesserede respondenter (ikke-medlemmer har angivet kontaktinformation med henblik på at blive kontaktet om medlemskab)
6. Professionalisering af medlemsbladet

Medlemmerne har desuden givet forslag, hvilket bl.a. inkluderer at der sættes mere fokus på områderne vestpå, Facebook gruppe for yngre medlemmer, bidgeturning, cykelture, udskiftning af medlemsblad med en onlineportal, erhvervsarrangementer og flere lokale beretninger fra små byer i regionen.

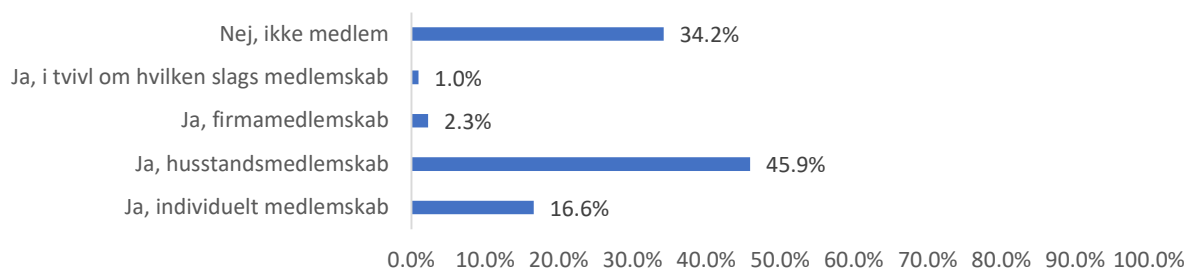
Der kan desuden være et uudnyttet potentiale i at formalisere nogle samarbejder med andre foreninger i regionen.

Undersøgelsen forventes gentaget – dog tidligst om 2 år.

2 Grafer

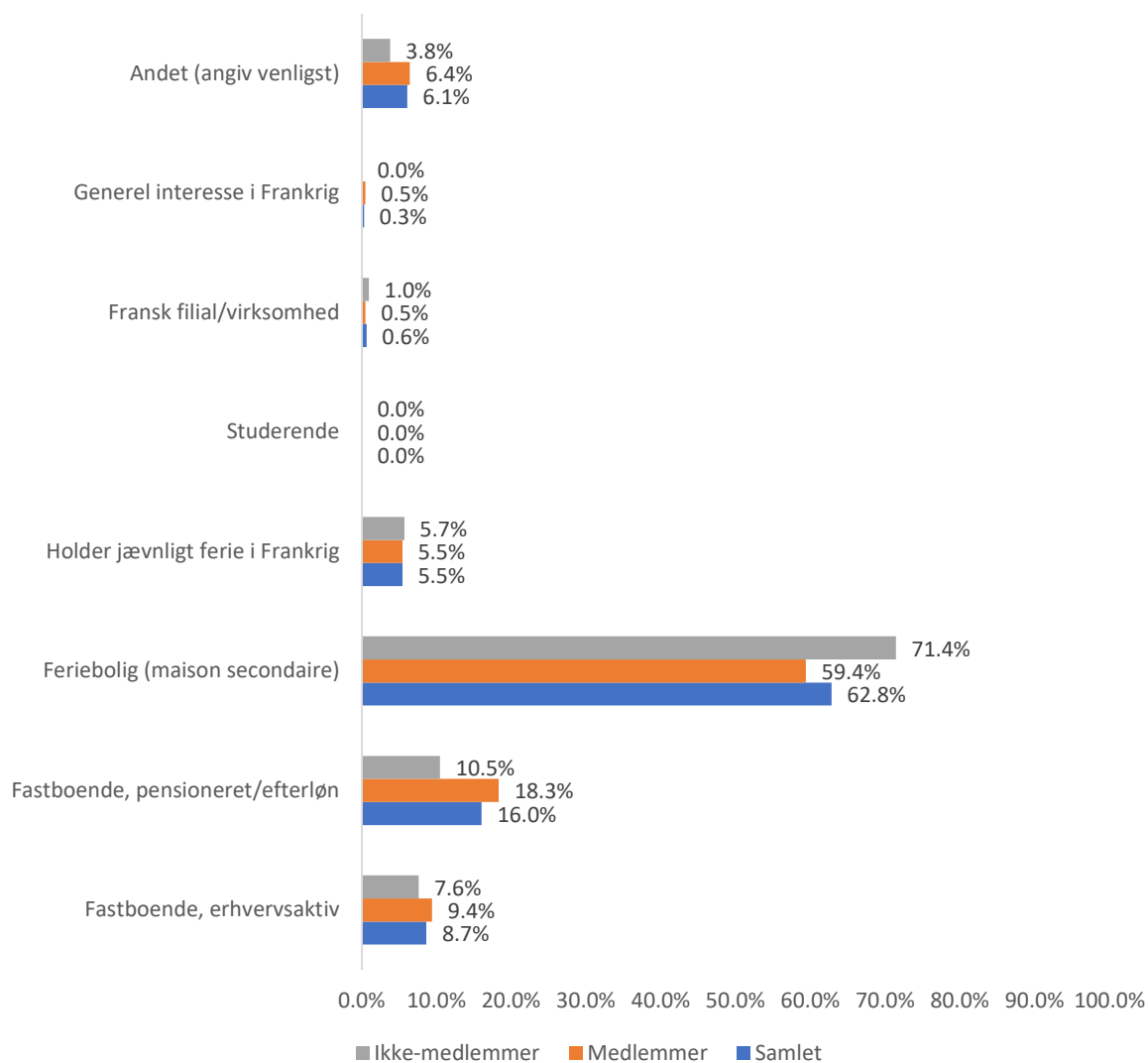
Nedenfor kan ses *udvalgte* grafer fra undersøgelsen:

2.1 Respondenter



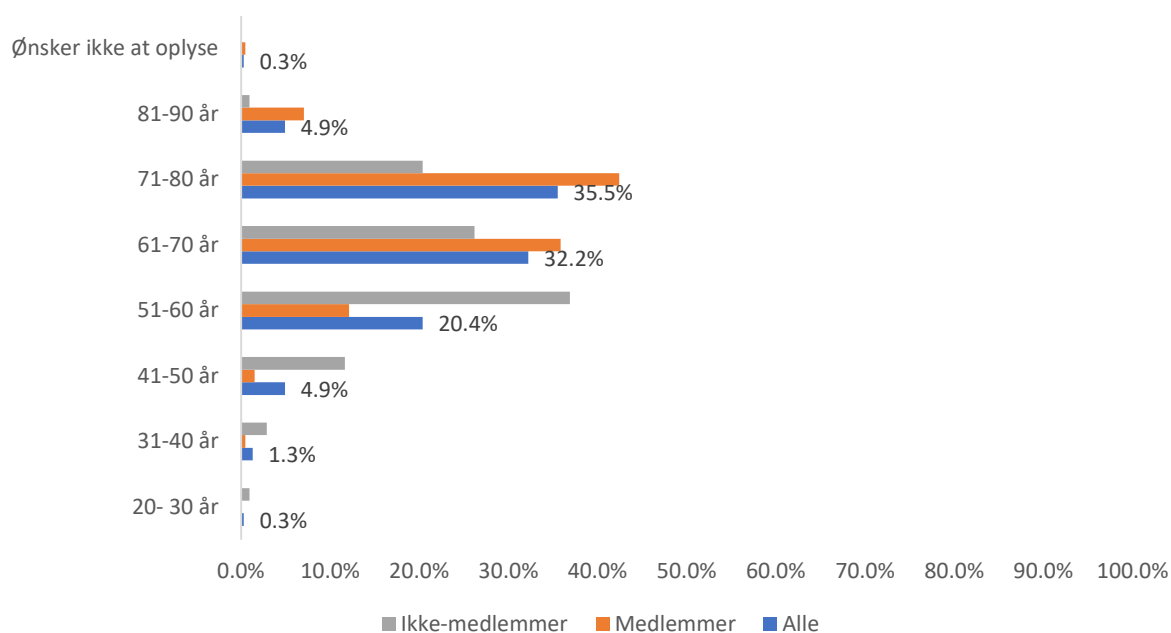
Figur 1: Fordelingen af medlemmer og ikke-medlemmer i undersøgelsen (spørgsmål 6)

2.2 Tilknytning til Frankrig



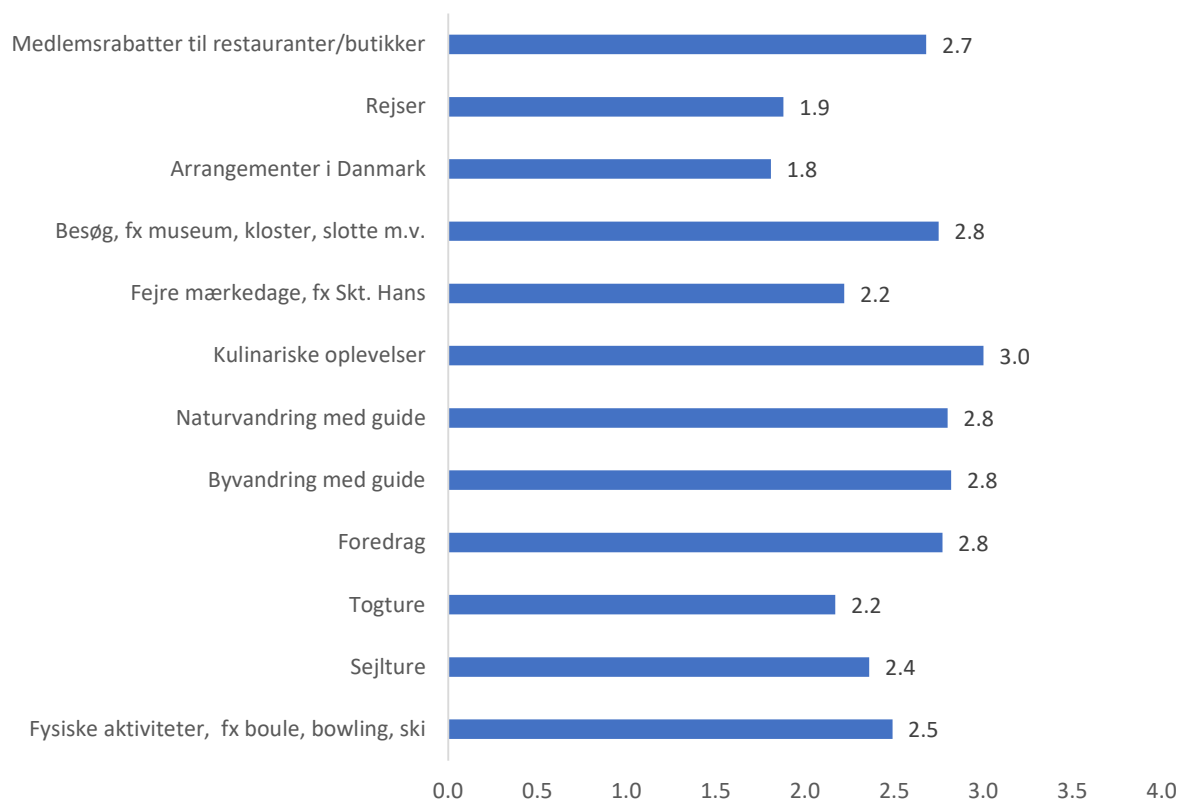
Figur 2: Respondenternes primære tilknytning til Frankrig (spørgsmål 1)

2.3 Alder



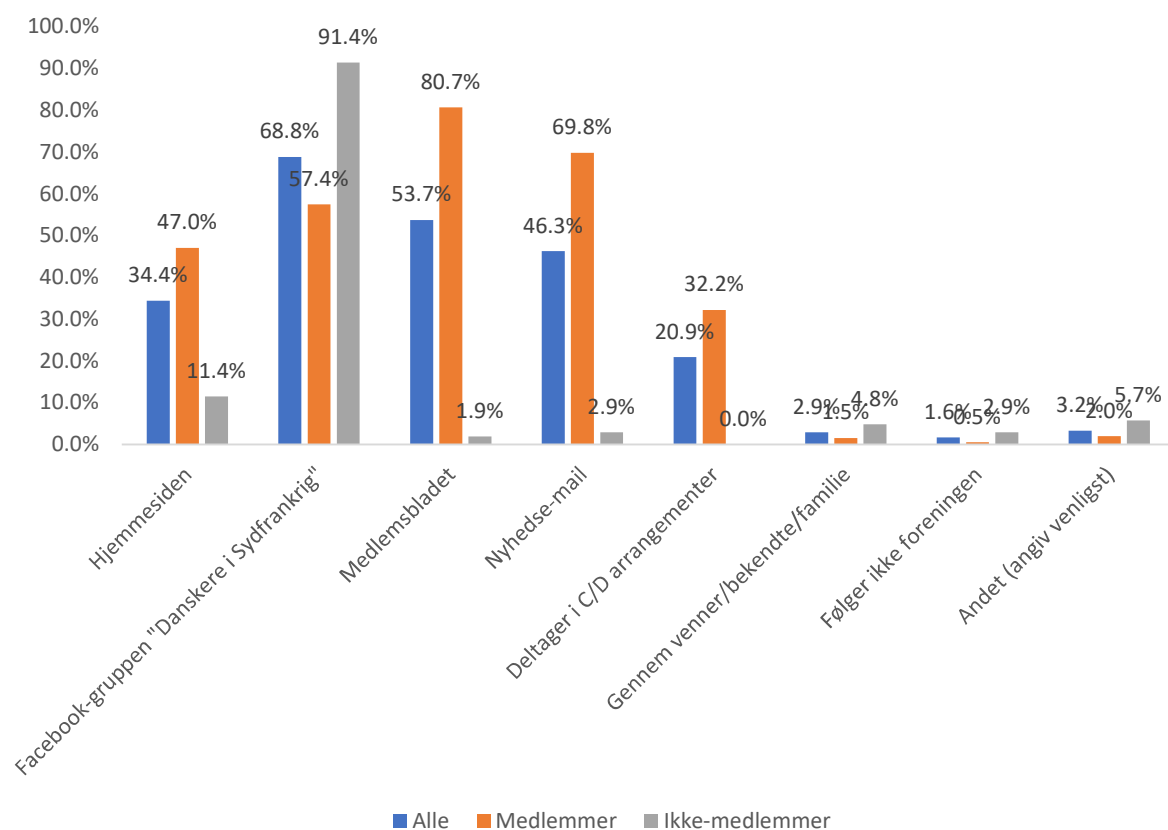
Figur 3: Respondenternes alder (spørgsmål 10)

2.4 Arrangementer



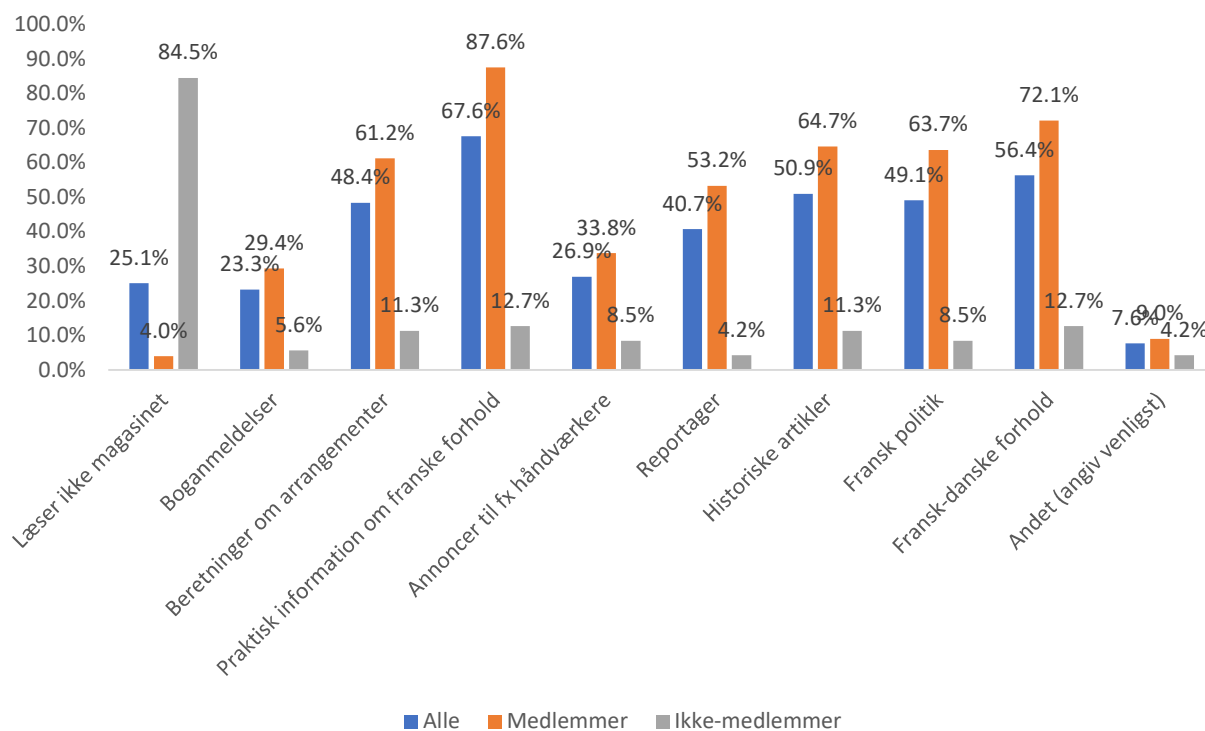
Figur 4: Respondenternes interesse i foreningens arrangementskategorier (spørgsmål 2)

2.5 Kommunikationskanalvalg



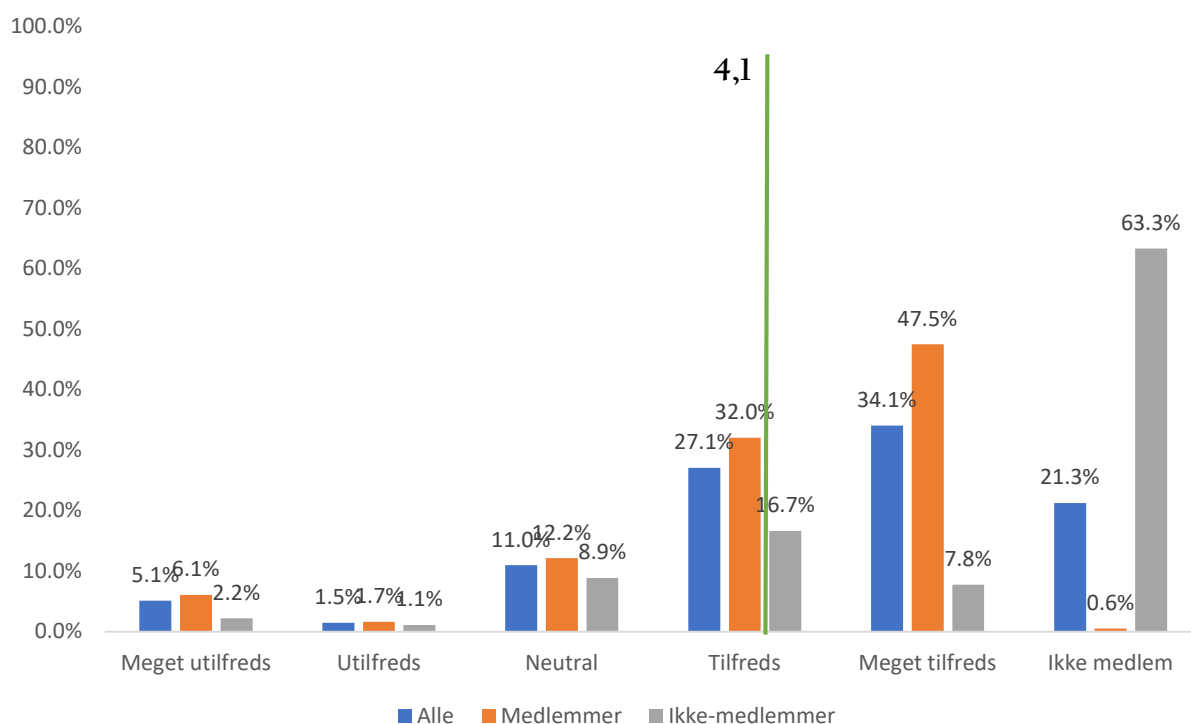
Figur 5: Respondenternes brug af foreningens kommunikationskanaler (spørgsmål 5)

2.6 Emner af interesse i medlemsbladet



Figur 6: Emner af interesse for respondenterne i medlemsbladet (spørgsmål 7)

2.7 Generel tilfredshed med Club Danois



Figur 7: Tilfredshed med Club Danois (spørgsmål 9)



Figur 8: Udpluk af kommentarer fra brugerundersøgelsen