

SAK 3.3

FRA: NFF region Osloområdet

Oppfølging av vedtak om merkevarebygging og målrettet markedsføring (utsatt sak fra Hovedlandsmøte 2025)

Strategi for merkevarebygging og målrettet markedsføring av fysioterapeuters mangfoldige kompetanse, oppfølging sak 6.1 til NFFs landsmøte i 2021.

Bakgrunn

NFF region Osloområdet fremmet saken til Landsmøtet 2021 som sak 6.1, der det ble fattet følgende vedtak:

“Landsmøtet 2021 ønsker at det legges frem en tydelig og konkret strategi for merkevarebygging og målrettet markedsføring av fysioterapeuters mangfoldige kompetanse på Landsmøtet i 2022. Vi ønsker at strategien inneholder flere deler:

- 1) Utredning: «Mangfoldighets-analyse»: Hvilke behov og muligheter ser vi på ulike fagområder?*
- 2) Plan: Hva skal gjøres med det?*
- 3) Utførelse: Hvordan skal vi gjøre det?”*

Saken ble ikke redegjort for til NFFs landsmøte i 2022 eller senere landsmøter. Fra forbundsstyresak 15/24 fra møte 31. januar 2024, som vedlegg til sak om handlingsplan for Forbundsstyret, finner man igjen saken som en av de nevnte. Der vises til kommentar der det står skrevet at saken "delvis ivaretas i målet om å systematisere medlemsrekrutteringsarbeidet og organisasjonsutviklingsprosjektet." Det fremstår for oss uklart hva som ligger i dette.

NFF region Osloområdet mener saken fortsatt er svært aktuell for forbundet og våre medlemmer. Den er videre ikke fulgt opp tilstrekkelig overfor NFFs høyeste organ, Landsmøtet, slik vi ser det. Vi ønsker derfor at Forbundsstyret kommer tilbake til Landsmøtet 2025 med en redegjørelse knyttet til oppfølging av vedtaket fra Landsmøtet 2021.

Saken fra Landsmøtet 2021 følger vedlagt, samt vedlegg fra møte i Forbundsstyret sak 15/24.

FORSLAG TIL VEDTAK

Forbundsstyret kommer tilbake til Landsmøtet 2025 med en redegjørelse knyttet til vedtak i sak 6.1 fra Landsmøtet 2021; Strategi for merkevarebygging og målrettet markedsføring av fysioterapeuters mangfoldige kompetanse.

SAK 3.3

Forbundsstyrets kommentar

Siden Landsmøtet i 2021 vedtok at NFF skal utarbeide en strategi for merkevarebygging og målrettet markedsføring av fysioterapeuters mangfoldige kompetanse, har forbundet jobbet med å styrke sin posisjon og synlighet og gjennom dette også jobbet med å synliggjøre fysioterapeutenes kompetanse.

Forbundsstyret ser at vedtaket fra Landsmøtet kan tolkes på ulike måter, og har forståelse for at forslagstillerne kan ha hatt andre forventninger til oppfølgingen.

Innsiktsarbeid og medlemsundersøkelser viser at NFF har en høy medlemslojalitet og god synlighet blant fysioterapeuter. Samtidig er det behov for forbedringer. Det ble i perioden 2021–2025 gjennomført en rekke tiltak som forbedringer av nettside og nettbutikk, podkast, arbeid med økt synlighet i tradisjonelle medier og på sosiale medier, en mer systematisk rekruttering av studentmedlemmer og nytt medlemsregister, samt utarbeidelse av helsepolitisk plattform.

Som et ledd i arbeidet med å følge opp strategien Landsmøtet 2025 vedtok, er det igangsatt et større prosjekt for rekruttering og vekst i Norsk Fysioterapeutforbund i 2026. I samarbeid med Boldt BPI er det gjennomført arbeidsprosesser som har ledet fram til utarbeidelse av en merkevareplattform. I det videre skal det utvikles en kommunikasjonsplattform og en visuell profil som skal understøtte merkevareplattformen. Tilbudet til de ulike medlemsgruppene i forbundet skal gjennomgås for å tydeliggjøres og spisses, slik at de oppleves som relevante av medlemmene.

For å synliggjøre viktigheten og samfunnsnyttene av fysioterapeutenes arbeid er rådgivningsbedriften Samfunnsøkonomisk Analyse (SØA) i gang med å gjøre samfunnsøkonomiske beregninger av verdien av fysioterapi i Norge.

Norsk Fysioterapeutforbund står overfor et tydelig behov for å styrke både rekruttering og medlemsvekst i årene fremover. Konkurransen om medlemmer og behovet for sterkere gjennomslag i offentligheten gjør det nødvendig med en mer helhetlig og strategisk tilnærming til omdømme, attraktivitet og synlighet.

Prosjektet er forankret i NFFs strategiarbeid for perioden 2026–2028 og skal bidra til å realisere fire overordnede mål: styrket omdømme, økt attraktivitet, politisk gjennomslag og bygging av allianser og ambassadører. Dette er et sentralt virkemiddel for å øke rekrutteringen og styrke lojaliteten blant eksisterende medlemmer, slik at Landsmøtets vedtatte mål om å øke organisasjonsgraden kan nås.

SAK 3.3

Prosjekt for rekruttering og vekst vil også følge opp Landsmøtets vedtak om at det gjennomføres en rekrutteringskampanje i forbindelse med Forbundets 90-årsjubileum.

Prosjektet har følgende delmål:

- Utvikle et kunnskapsgrunnlag som dokumenterer verdien av fysioterapi for samfunn og helseøkonomi (Samfunnsøkonomiske analyse legger frem rapport 8. september 2026)
- Etablere en ny og samordnet merkevare- og kommunikasjonsplattform (vår/høst 2026)
- Øke attraktiviteten av medlemskapet gjennom tydeligere og mer målgruppetilpassede tilbud (vår 2026- 2028)
- Styrke NFFs digitale tjenester som rekrutterings- og kommunikasjonskanaler (vår 2026-2028)
- Gjennomføre rekrutteringskampanjer (oppstart høst 2026)
- Oppnå større politisk gjennomslag og styrkede allianser (vår 2026-2028)

Arbeidet er godt i gang, og Forbundsstyret mener at oppfølgingen, i særlig grad gjennom prosjekt rekruttering og vekst, ivaretar forslaget om å styrke Norsk Fysioterapeutforbund som merkevare, og det vil bidra til økt synliggjøring av fysioterapeuters mangfoldige kompetanse.

FORSLAG TIL VEDTAK

Landsmøtet tar orienteringen til etterretning og støtter det igangsatte arbeidet.