|  |
| --- |
| * **Interne situation**
 |
| * Stærke sider (Strengths)
 | * Svage sider (Weaknesses)
 |
| * Rotary er et lokalt netværk i en global organisation
* Rotary er et socialt erhvervsnetværk på tværs af faggrænser, uddannelse og arbejdspladser
* Rotary er det bredest favnende netværk for unge og ældre erhvervsaktive personer af begge køn
* I Rotary lærer du rigtig mange at kende fra mange forskellige arbejdspladser i din by
* I Rotary får du kendskab til din bys virksomheder gennem de mange virksomhedsbesøg
* I Rotary er der mange spændende oplæg fra kendte og mindre kendte personer om en lang række kulturelle og samfundsmæssige emner
* I Rotary lærer du at stille dig op og formidle et budskab eller et foredrag
* I Rotary kan du få en lederuddannelse
* I Rotary er du med til at gøre noget for din by gennem deltagelse i lokale projekter
* I Rotary møder du en masse spændende mennesker, du sikkert aldrig ville have mødt i et fagspecifikt netværk eller i en sportsklub
* I Rotary er du med i et globalt netværk, der er kendt i hele verden og er du på forretningsrejse er du velkommen i alle Rotary klubber i verden
* I Rotary udvikler du dig både som menneske og læringsmæssigt
* Mange Rotary klubber deltager i spændende hjælpeprojekter rundt om i verden
* I Rotary danner du livslange venskaber
* I Rotary kan du altid udveksle ideer med andre inden du bringer den på bane rent arbejdsmæssigt
* Rotary er helt upolitisk
* Rotary koster stort set det samme som dit medlemskab i fitnessklubben
* I mange Rotary klubber spiser man
 | * I høj grad omdømmet:
* Rotary er et netværk for ledere i jakkesæt
* Rotary har en snert af loge over sig
* Rotary er en spiseklub
* Rotary er sig selv nærmest
* Rotary har ikke fornyet sig
* Rotary er meget amerikansk
* Rotary er mest for ældre mennesker
* Rotary holder møde hver uge og mange ved ikke, at man kommer, når man har tid
* Det er dyrt at være Rotarianer
* Rotary har i den vestlige verden svært ved at tiltrække yngre medlemmer og kvinder
 |
| * **Eksterne situation**
 |
| * Muligheder (Opportunities)
 | * Trusler (Threats)
 |
| * At brande Rotary lokalt gennem synlig tilstedeværelse i lokalsamfundet og gennem pressen og de sociale medier
* At afholde åbne møder og events med ”trækplaster” oplægsholdere
* At holde møder, der interesserer og glæder de nyeste medlemmer så meget, at ”mund til mund” metoden skaffer flere nye interessante kvinder og mænd til klubben
* At få udbredt kendskabet til alle de styrker Rotary rent faktisk besidder
 | * Konkurrencen fra andre netværk
* Manglende fornyelse i de lokale klubber
* Manglende branding af Rotary som noget særligt i forhold til andre netværk
* Prisen
 |

Denne SWOT-analyse er blot et eksempel lavet ud fra mit eget forhold til Rotary gennem næsten 20 år.

I kan anvende skemaet som I har lyst.

Med venlig hilsen

Lissi Håkansson

Formand for membershipudvalget i distrikt 1480