

Séminaire EFFECTIF

Dominique Alix



**SERVIR POUR
CHANGER DES VIES**

STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT

Quelle stratégie adopter :

a) Fidélisation des membres

Un club stable en effectif est-il attractif pour accueillir des nouveaux membres?

Les clubs ne doivent pas se contenter de palier au départ de leurs membres.

QUE FAIRE ?



1. ÉTUDIER L'HISTORIQUE DU CLUB ET LE TAUX DE FIDÉLISATION

Rotary  **Fidélisation de l'effectif**
Du 01-Juil.-2018 au 30-Juin-2022

N° de district : 1650

N° de club	Nom du club	Nombre de membres au : 1er juillet 2018	Membres			Nouveaux membres				Nombre de membres au : 30 juin 2022
			Radiés	Réintégrés	Taux de fidélisation	Admis	Radiés	Réintégrés	Taux de fidélisation	
10757	Dinan	25	(3)	1	92,00%	3	0	0	100,00%	26
Total		25	(3)	1	92,00%	3	0	0	100,00%	26

2. DÉTERMINER LE MOMENT OÙ LES MEMBRES QUITTENT LE CLUB

Rotary  **MEMBER TERMINATION PROFILE**
For District 1650
From 01 Juillet 2016 To 30 Juin 2021

Club Name (Club ID)	# of members Term'd < 1 years	# of members Term'd 1 - 2 years	# of members Term'd 3 - 5 years	# of members Term'd 6 - 10 years	# of members Term'd > 10 years	Total/Club
Dinan (10757)	1	0	0	1	4	6
TOTALS	1	0	0	1	4	6

3. ÉLABORER DES STRATÉGIES DE FIDÉLISATION

Une fois les données de viabilité, de croissance et de radiation analysées, questions à se poser en commission Effectif :

- Qui quitte le club ? Les membres les plus anciens ? Les nouveaux membres ? Les deux ?
- Pourquoi partent-ils ?

4. ÉTABLIR UN PLAN D'ACTION

Rendez compte des résultats du travail de la commission Effectif à l'ensemble du club. Présentez des solutions aux faiblesses du club en vous appuyant sur ses points forts.

QUESTIONNAIRE SUR LA SATISFACTION DES MEMBRES

Ce questionnaire s'intéresse à la façon dont chaque membre vit son expérience de membre du club. Vos remarques, qui doivent refléter votre expérience personnelle en toute honnêteté, permettront d'améliorer la vie du club. Nous vous remercions de votre participation.

1. Comment jugez-vous votre niveau de satisfaction en tant de membre du club ?

- Très bon
- Bon
- Indifférent
- Moyen
- Mauvais

2. En tenant compte de la **culture** du club, de son **effectif** et de ses **réunions**, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes :

	D'accord	Plutôt d'accord	Indifférent	Plutôt pas d'accord	Pas d'accord
Pour moi, les réunions du club sont utiles.	<input type="checkbox"/>				
Mon club réussit à impliquer les nouveaux membres de façon efficace.	<input type="checkbox"/>				
Il existe un sentiment de solidarité	<input type="checkbox"/>				

PROCÉDURE

1. Présenter le questionnaire
2. Distribuer le questionnaire
3. Analyser les données
4. Présenter les résultats
5. Établir un plan d'action
6. Agir

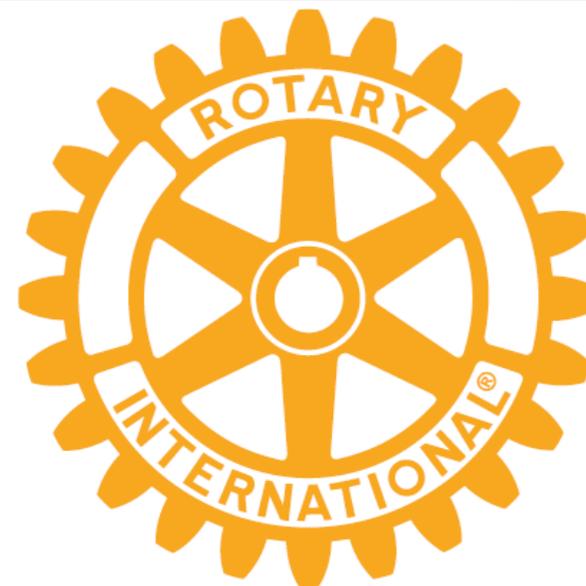


2 - QUELLE STRATÉGIE ADOPTER :

b) Accueil de nouveaux membres

i. Le vivier de nouveaux membres

GESTION DES PROSPECTS



Les demandes des prospects vous sont communiquées afin de développer l'effectif de votre club. À partir de votre compte sur Mon Rotary, vous avez désormais accès à une liste de membres potentiels, de recommandations et de membres déménageant ou de retour au Rotary, ceci afin de permettre aux clubs de se mettre plus facilement en contact avec leurs prospects.

LES DIFFÉRENTES ÉTAPES POUR DEVENIR MEMBRE D'UN ROTARY CLUB



Je souhaite rejoindre un club



Un club m'est assigné



En contact avec un club



Invité à rejoindre un club



Je suis membre d'un club

PROCEDURES DU DISTRICT 1650 SUR LES PROSPECTS DU R.I.

- Etude des dossiers par Dominique Alix, au moins une fois par mois.
- Présentation et validation des candidatures en commission District.
- Présentation aux ADG concernés des dossiers retenus par la commission.
- Prise en charge et suivi de la candidature au club par l'ADG.
- Suivi et mise à jour des dossiers de candidatures sur le site du R.I par Dominique Alix

2 - QUELLE STRATÉGIE ADOPTER :

ii) Les différentes catégories de membres

Focus sur le membre corporate

Peut-être connaissez-vous un professionnel local qui souhaiterait rejoindre le Rotary mais craint ne pas avoir assez de temps à lui consacrer ?

Peut-être souhaitez-vous établir des relations ou mettre en place un partenariat avec une entreprise locale ?

Dans ce cas, votre club pourrait envisager de recruter des membres Corporate.

Membre associé :

Un membre associé pourra, durant une période définie, se familiariser avec le club, ses membres, ses programmes, ses actions ainsi qu'aux responsabilités de membre, l'objectif étant qu'il devienne à terme membre actif.

C'est vous, en concertation avec votre président et son comité, qui définissez le mode de fonctionnement avec le membre associé.

Les autres catégories de membres... Objectifs



2 - QUELLE STRATÉGIE ADOPTER :

Gestion des prospects : Comment être attractif



**Que peut
apporter le
Rotary à notre
prospect ?**



**Ce que le
prospect
peut apporter
au Rotary ?**

