



DÉVELOPPER L'EFFECTIF

Votre plan d'action

COMMENT UTILISER CE GUIDE ?



Vous avez entre les mains la version 2015 du guide *Développer l'effectif – Votre plan d'action*, destiné aux présidents de clubs, responsables Effectif de district et commissions Effectif de club.

Il vous explique la procédure à suivre pour élaborer un plan d'action Effectif ainsi que les stratégies et outils à utiliser pour attirer et impliquer les nouveaux membres. Il comprend également des informations sur le parrainage de nouveaux clubs et le récapitulatif des ressources Effectif mises à votre disposition par le Rotary.

Ce guide vous donnera toutes les informations nécessaires pour évaluer les tendances Effectif de votre club, créer des stratégies pour attirer des nouveaux membres et mettre en œuvre des programmes sachant impliquer les membres et les fidéliser.

Enfin, nous avons inclus des listes de contrôle comprenant des étapes concrètes à franchir pour renforcer durablement l'effectif du club.

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION

CHAPITRE 1	Évaluer le club	5
CHAPITRE 2	Formuler une vision pour le club	11
CHAPITRE 3	Attirer de nouveaux membres	12
CHAPITRE 4	Impliquer nos membres	17
CHAPITRE 5	Accompagner un nouveau club	21
CHAPITRE 6	Ressources	23
ANNEXE	Plan d'action Effectif – Feuille de travail	26

INTRODUCTION

Un plan d'action Effectif est un document qui souligne les objectifs et les stratégies du club en matière de recrutement et de fidélisation des membres. Ce document vous servira par la suite de guide alors que vous travaillez à atteindre vos objectifs Effectif et vous permettra d'assurer le suivi des progrès accomplis. Créer un plan d'action Effectif est une étape importante pour le club. Il est donc nécessaire que tous les membres y adhèrent et participent à sa mise en œuvre.

À travers le monde rotarien, les clubs abordent la question de l'effectif sous des angles différents. Prendre en compte et agir en fonction des besoins, coutumes et changements de votre ville ou quartier augmenteront vos chances d'attirer de nouveaux membres et de motiver ceux déjà présents. Avant d'établir vos objectifs, nous vous conseillons vivement de consulter votre plan Effectif régional sur www.rotary.org/fr/membershipplans ou de le demander à votre gouverneur ou responsable Effectif de district.

Un effectif solide donnera les moyens à votre club de faire le bien dans votre ville, votre région et dans le monde. Un effectif solide permettra aussi au Rotary d'améliorer son image publique et d'augmenter les dons en faveur de la Fondation Rotary et de ses programmes.

L'effectif est une des priorités de notre organisation. Il est également la priorité de nos administrateurs, coordinateurs du Rotary et dirigeants de district (voir chapitre 6). Mais c'est avant tout au niveau du club que tout se joue.

CHAPITRE 1

ÉVALUER LE CLUB



- Des enquêtes anonymes vous donneront des réponses franches
- Soyez ouvert à toutes les suggestions.
- Prenez en compte tous les points de vue.
- Recueillez tous les résultats de l'enquête avant de les divulguer aux membres.
- Soyez créatifs et amusez-vous.

Il s'agit d'une démarche essentielle pour garder les membres impliqués et actifs, et ainsi permettre au club de rester attrayant pour les membres potentiels. Cet exercice apportera également un regard objectif sur les forces et les faiblesses du club. Il est donc nécessaire d'impliquer tous vos membres. Il vous sera également possible de demander à une personne externe, comme l'adjoint du gouverneur ou le responsable effectif de district, de vous aider dans ce processus. Pour obtenir un bon feedback des membres de votre club :

- Organisez des entretiens individuels
- Réalisez des enquêtes auprès des membres
- Organisez des réunions informelles, de tailles variables, dans un endroit différent que celui utilisé pour les réunions de club
- Créez des groupes de réflexion composés de membres, de membres potentiels et de non-Rotariens de votre ville ou quartier.

Après avoir écouté vos membres, appliquez dans le club les mesures correctives. L'évaluation sera plus efficace si vous la faites immédiatement car les membres du club auront le sentiment d'avoir été écoutés et compris. Si rien n'est fait, il est fort possible qu'ils se sentent démotivés, voire désavoués, et qu'à l'avenir, ils ne souhaitent plus participer à un tel exercice.

Quelques questions à prendre en considération lors de l'évaluation du club.

VOTRE CLUB EST-IL DIVERSIFIÉ ?

Les clubs les plus dynamiques sont le reflet exact de la collectivité qu'ils desservent. Recruter davantage de femmes, de jeunes professionnels et de membres de différentes origines devrait être l'objectif de tout club. Ainsi, s'appuyant sur des angles de vue divers et variés, le club sera davantage en mesure de répondre aux problématiques locales, et de surcroît avec plus de créativité. Des clubs diversifiés auront également plus de légitimité au niveau local et disposeront d'un éventail plus étendu de compétences, d'un réseau de bénévoles plus important, d'un vivier élargi de futurs dirigeants et enfin d'une capacité accrue à collecter des fonds. Voici des exemples de questions à vous poser pour déterminer si vous disposez d'un effectif diversifié.

Elles sont extraites de l'évaluation de la diversité de l'effectif tirée de la publication **Outils d'évaluation de l'effectif** (anciennement appelé *Outils d'évaluation du club*). Cette ressource peut être téléchargée au format pdf sur www.rotary.org ou commandée sur shop.rotary.org.

- Quel est le ratio hommes/femmes dans votre club ?



Dans le monde, **68 %** des membres de Rotary clubs ont entre 50 et 70 ans. Disposez-vous dans votre club de programmes susceptibles d'attirer des membres plus jeunes ?



Au niveau mondial, près de **80 %** des membres de club sont professionnellement actifs, alors que **20 %** sont à la retraite. En quoi l'âge moyen des membres de votre club a-t-il une incidence sur votre stratégie de recrutement ?

- Combien de membres du club ont moins de 40 ans ?
- La diversité ethnique de votre ville ou quartier est-elle représentée dans le club ?
- Les dirigeants du club reflètent-ils également cette diversité ?
- Les différences de points de vue sont-elles les bienvenues ?

L'EFFECTIF DU CLUB REFLÈTE-T-IL TOUTES LES CLASSIFICATIONS ?

Bien comprendre la répartition par classification de votre effectif pourra vous permettre d'identifier des stratégies pour tendre à un effectif équilibré, miroir de la population active de votre ville ou quartier. Le *Rotary Code of Policies* demande à cet effet aux clubs d'avoir en leur sein une grande variété de professions et d'utiliser un système de classification des membres selon leur emploi actuel ou passé, profession ou type d'activité citoyenne. Utilisez l'étude annuelle sur les classifications figurant dans la publication [Outils d'évaluation de l'effectif](#) pour identifier des professions et compétences présentes dans votre localité mais non représentées dans votre club.

Votre club possède-t-il par exemple des membres dans le domaine de la conception de logiciels ou de la création de sites Web ? Dans les relations publiques ou la recherche de fonds ? Mettre à profit l'expertise professionnelle des membres sera un atout pour votre club et ses activités. Aussi, n'oubliez pas les personnes travaillant à leur compte et les acteurs de la société civile. Familiarisez-vous avec les talents uniques de

vos membres et impliquez-les dans les commissions et les projets. Des responsabilités et un rôle actif dans le club sont la clé pour impliquer vos membres et leur donner envie de rester.

ÉVALUER LA VIABILITÉ ET CROISSANCE DU CLUB

Saviez-vous que même si l'effectif de votre club ne diminue pas année après année, vous avez peut-être quand même un problème de fidélisation des membres ? Lorsqu'un club gagne et perd des membres continuellement, il devient difficile au club de fonctionner d'une manière efficace, de monter des actions réussies ou d'attirer des membres potentiels.

Les données du club sur 3 ou 5 ans disponibles sur Rotary Club Central vous permettent véritablement d'analyser les tendances Effectif et de prendre du recul.

Également, nous vous recommandons de remplir le modèle de fidélisation dans [Outils d'évaluation de l'effectif](#) avec lequel vous pourrez analyser l'activité Effectif du club sur une période donnée et identifier une rotation des membres trop importante.

ÉTABLIR UN MODÈLE RADIATION

Afin d'évaluer pleinement les forces et faiblesses de votre club en matière de fidélisation et d'adapter sa stratégie, il est nécessaire de savoir combien de temps les membres sont restés dans le club avant de le quitter. Avec le modèle Radiation d'[Outils d'évaluation de l'effectif](#) vous pourrez classer les anciens membres par catégories précises en fonction de l'ancienneté



La rubrique **Relations publiques** de Rotary.org vous donne des informations pour créer des alertes médias et des communiqués de presse à envoyer aux journaux locaux sur les événements de votre club. Très souvent, ceux-ci parleront de votre club sans que cela ne vous coûte un centime.

au sein du club. Par exemple, si vous découvrez que la majorité des départs se produisent durant les deux premières années, votre club doit alors concentrer ses efforts sur ce problème. Votre stratégie pourra alors inclure une formation pour les nouveaux et leur implication rapide dans les programmes et actions du club.

Après une première évaluation par un dirigeant de club, la commission Effectif devra se pencher sur les résultats et en discuter avec tous les membres lors d'une réunion ou d'une assemblée de club afin de recueillir des stratégies et des activités pour renforcer la fidélisation.

S'ADAPTER ET INNOVER

Dans un monde qui change très vite, la réussite de votre club dépend avant tout de sa faculté à s'adapter et à innover. Nos études et groupes de réflexion montrent que les prospects et les membres plus jeunes tendent à rester au Rotary. Il faut pour cela que leur club soit prêt prendre en compte leurs centres d'intérêt et leur vie familiale ou professionnelle et qu'il offre un produit répondant à leurs besoins.

Les activités et traditions du club sont-elles le reflet des priorités de notre époque ? Quelles modifications pouvez-vous apporter pour le rendre attractif pour les membres potentiels ? Un simple changement des horaires ou lieu de réunion, une baisse des cotisations ou la mise en œuvre d'un menu varié d'actions ou de programmes de réunions pourront avoir un impact profond.

Pour des conseils pratiques sur les façons de rendre votre club innovant et dynamique, consultez [Gouvernance d'un club dynamique : le plan de leadership de votre club](#).

VOTRE CLUB EST-IL CONNU ET RECONNU POUR SON TRAVAIL ?

La visibilité de votre club dans votre ville ou quartier est une composante essentielle de son succès. Votre club est-il visible et reconnu ? Vos membres mettent-ils en avant leur appartenance au club auprès de leur famille, voisins et collègues ? Comment votre club est-il perçu au niveau local ? Pourquoi ne pas inviter des prospects à participer à une de vos actions afin de rencontrer des membres du club et découvrir votre travail ?

Des enquêtes ont révélé qu'on a tendance à donner plus facilement temps et argent à des organisations dont les résultats sont connus et tangibles. Faites en sorte que votre club fasse la promotion de ses actions de proximité dans l'optique d'attirer à la fois les dons et les membres potentiels.

La rubrique Relations publiques sur Rotary.org est une mine d'informations et d'outils pour faire connaître votre club et ses actions.

PROMOUVOIR LE CLUB SUR LE WEB

Votre club dispose-t-il d'un site Web ? Une page Facebook ? Si oui, sont-ils régulièrement mis à jour ? Utilisez-vous Twitter pour parler de vos événements de club et de vos actions phares ? Avez-vous des contacts sur Internet avec des Rotariens du



Consultez notre rubrique **Réseaux sociaux** sur **Rotary.org** pour une liste complète des pages officielles du Rotary sur les réseaux sociaux.

monde entier et des personnes ou organisations partageant vos centres d'intérêt ? Participez-vous à des discussions sur LinkedIn ? Les réseaux sociaux sont un outil formidable pour sensibiliser le public local à votre club, attirer des nouveaux membres, acquérir de nouvelles ressources et garder votre effectif bien informé.

Dans toutes vos communications en ligne, faites preuve de créativité, ayez un message consistant, clair, pertinent et professionnel. Au travers de vidéos, podcasts et blogs, vous serez en mesure de diffuser des informations de qualité sur le Rotary et votre club. Reprenez des articles ou contenus publiés sur **Rotary.org** et notre blog **Rotary Voices** pour les publier sur votre site Web ou newsletter de club. Enfin, consultez notre **Brand Center** pour apprendre comment diffuser des messages sur le Rotary clairs et engageants.

Si votre club est plutôt « vieille école » et n'est pas habitué à utiliser ces nouveaux médias, demandez à des professionnels de la communication de venir à une réunion de club vous donner des conseils. Voici certaines des plates-formes utilisées avec succès par les membres de Rotary à travers le monde afin d'accroître la visibilité de leur club et impliquer davantage leurs membres.

Facebook

La page Officielle du Rotary sur Facebook (www.facebook.com/rotary) propose des liens vers des articles, manifestations et vidéos du Rotary. Les clubs peuvent utiliser Facebook pour recruter, solliciter les dons, inviter des donateurs potentiels

à des manifestations de collectes de fonds ou encore pour présenter leurs actions et le travail du Rotary dans le monde. Vous avez également la possibilité d'y inclure des liens pour effectuer des dons en ligne.

LinkedIn

Étendez votre réseau avec d'autres Rotariens et supporters du Rotary sur LinkedIn, le réseau professionnel le plus important au monde. Les Rotariens peuvent rejoindre sur cette plate-forme des groupes dans leur région ou dans le monde entier afin d'échanger des idées et trouver des réponses à leurs questions sur les sujets rotariens. La [page officielle du Rotary sur LinkedIn](#) vous ouvre un réseau de plus 50 000 personnes.

Twitter

Grâce au compte officiel Twitter du Rotary (twitter.com/rotaryFR), restez en contact avec d'autres Rotariens et supporters du Rotary avec des messages de 140 caractères maximum. Participez en direct à la convention du Rotary en dialoguant avec ses participants. Vous pouvez aussi utiliser Twitter pour rester en contact avec vos médias locaux et leur envoyer des liens d'articles sur vos actions de proximité.

YouTube

La chaîne Rotary sur YouTube (www.youtube.com/rotaryinternational) propose de nombreuses vidéos à partager sur votre site Web de club, les réseaux sociaux et dans vos newsletters. Si un membre de votre club a des talents de réalisateur ou que vous avez les fonds pour recruter un professionnel, une bonne vidéo pourra constituer un outil efficace de

recrutement et d'information sur votre travail pour les donateurs potentiels.

ÉVALUER LE CLUB DE L'EXTÉRIEUR

Avant la réunion

Un visiteur ou invité pourra-t-il facilement trouver des informations sur la prochaine réunion de votre club ? Demandez à un ami ou à un membre de votre famille d'essayer de collecter les informations suivantes sur le club :

- Horaire de la réunion
- Lieu
- Nom de la personne à contacter avant la visite
- Frais éventuels liés à la visite
- Un repas est-il servi ?
- Format de la réunion
- Heure de fin de réunion

Si ces informations sont difficiles à trouver sur votre page Facebook, site Web de club ou l'application [Localiser un club](#) sur le site du Rotary, vous passez peut-être à côté d'une opportunité de vous rapprocher de membres potentiels.

La réunion

Passez en revue votre programme pour être certain qu'il est distrayant et inclusif.

- Quelqu'un est-t-il chargé d'accueillir les membres et les invités à leur arrivée ?
- Les horaires des réunions sont-ils respectés ?
- Existe-t-il un ordre du jour ?
- Les intervenants sont-ils intéressants et pertinents ?
- Le programme est-il varié ?
- Des activités conviviales sont-elles prévues ?

- Le format de la réunion est-il varié d'une semaine sur l'autre ?

Votre club pourra même, s'il le souhaite, avoir recours à un « faux invité » pour évaluer sa réunion. Demandez pour cela à un ami non rotarien ou à une connaissance d'un autre club de jouer les invités lors d'une de vos réunions de club et recueillez son feedback. Vous disposerez alors d'un jugement externe parfaitement objectif.

Actions

- Passez en revue les actions du club. Sont-elles motivantes et agréables pour toutes les personnes impliquées ?
- Votre club a-t-il une action phare en cours à laquelle tous participent ?
 - Invitez-vous des non-membres (amis, membres des familles de Rotariens, collègues, Anciens du Rotary, Rotaractiens, etc.) à participer à vos actions et à découvrir votre club ?
 - Vos actions répondent-elles à des besoins locaux et sont-elles en phase avec les centres d'intérêt des membres du club ?
 - Les membres du club rencontrent-ils les bénéficiaires directs de leur travail ?

Groupes de réflexion

Chaque club est différent, tout comme les besoins de la localité qu'il dessert. Des groupes de réflexion constituent une ressource très utile pour rencontrer des non-Rotariens locaux, leur présenter le Rotary et obtenir un retour d'information précieux sur la façon de renforcer votre club. Recruter un professionnel externe pour animer le groupe de réflexion renforcera l'objectivité des résultats. Certains clubs ont même eu recours à une agence de publicité qui

a organisé gratuitement cette activité. S'il est impossible de recourir à un professionnel pour cette activité, faites en sorte de recruter un animateur ouvert d'esprit et objectif. Quelques conseils :

1. INVITATIONS

Tout d'abord, dressez une liste d'acteurs locaux que vous souhaitez inviter. Efforcez-vous d'atteindre un groupe équilibré et divers (hommes et femmes d'âges et de professions différents). N'oubliez pas les membres potentiels, les Rotaractiens, les Anciens du Rotary et toutes les autres personnes qui connaissent un peu notre organisation.

2. ATMOSPHÈRE PROPICE

Afin que les participants puissent s'exprimer librement et en toute franchise, une atmosphère propice s'impose. La séance Questions-Réponses doit être détendue, à l'image d'une discussion entre amis. Commencez par vous présenter, expliquez pourquoi vous avez rejoint le Rotary et ce que vous attendez de ce groupe de réflexion. Demandez ensuite aux participants de se présenter et encouragez-les à faire mention de quelque chose qu'ils aimeraient partager avec l'ensemble du groupe, comme par exemple des informations sur leur activité professionnelle, la date à laquelle ils sont arrivés dans la localité et leur éventuelle appartenance à des associations professionnelles ou caritatives.

3. DISCUSSION

Préparez un ordre du jour avec une liste de questions ouvertes que vous souhaiteriez poser telles que :

- Pourquoi vous êtes-vous installé dans cette ville ou quartier ?
- Si vous disposiez d'une heure par jour à consacrer à des activités bénévoles, que feriez-vous ?
- Quels problèmes recensez-vous dans la localité ?
- Que faire pour les résoudre ?
- Si vous pouviez vous impliquer pour une cause dans n'importe quelle partie du monde, que feriez-vous et où ?
- Que pensez-vous du Rotary ?
- Qu'elle est selon vous la perception – positive ou négative – que le public a du Rotary ?

Donnez la parole à tous les participants et ne laissez pas quelques personnes s'approprier la conversation. Expliquez qu'il vous sera utile de recueillir le plus de commentaires possibles. Il est important que les questions ne guident pas le cheminement de la discussion et que l'animateur reste impartial et objectif. Interrogez les personnes qui tendent à être discrètes et silencieuses en prenant soin cependant de ne pas les mettre mal à l'aise.

4. RÉSULTATS

Rédigez les cinq conclusions majeures de la discussion. Vous pourrez présenter ces informations aux membres du club au cours d'une réunion ou d'un atelier organisé pour l'occasion et leur distribuer une synthèse d'une page des résultats du groupe de réflexion. Lorsque vous présentez les résultats, demandez aux membres de suggérer des manifestations susceptibles d'intéresser les prospects. Vous leur montrerez ainsi que leur opinion compte.

CHAPITRE 2

FORMULER UNE VISION POUR LE CLUB



Pourquoi ne pas déplacer les réunions de réflexion stratégique dans un lieu atypique pour stimuler l'innovation ? Dans tous les cas, il s'agira d'un endroit confortable, spacieux et pratique pour tous. Demandez l'aide d'un professionnel ou utilisez l'outil pour formuler une vision de club disponible à www.rivisionfacilitation.org (en anglais).

Après avoir réalisé les évaluations présentées lors de la première partie, l'étape suivante consiste désormais à doter le club d'une vision pour les trois ou cinq années à venir. Cet exercice a pour mérite de rendre le club plus solide et plus actif, et donc plus attractif. Au sentiment d'appartenance ressenti par les membres du club qui s'impliqueront dans ce processus s'ajouteront une meilleure compréhension des objectifs à long terme et la volonté de travailler ensemble vers leur réalisation.

Questions à prendre en compte durant cet exercice :

- Quels sont les atouts du club et comment les capitaliser ?
- Quels sont ses points faibles ?
- Pour quel point particulier voulez-vous que votre club soit connu ?
- Quel poids ont les atouts et faiblesses du club dans la hiérarchisation des stratégies ?
- Quels sont vos objectifs à court et long termes ?
- Avez-vous un plan pour les atteindre ?
- Disposez-vous d'une équipe qui contrôle l'évolution du plan stratégique et formule des recommandations si nécessaire ?

Le plan stratégique vous permettra ensuite de déterminer les moyens nécessaires pour concrétiser cette vision. Utile pour exprimer ou modifier cette orientation, le [Guide de réflexion stratégique](#) vous aidera aussi à fixer les objectifs à long terme ainsi que les objectifs annuels.

CHAPITRE 3

ATTIRER DE NOUVEAUX MEMBRES



On rejoint un Rotary club avant tout pour avoir un impact positif dans sa localité au travers d'actions caritatives.



Contactez les organisations locales (réseaux de jeunes professionnels ou de femmes chefs d'entreprise, etc.) pour identifier des prospects.



Selon l'enquête effectuée en 2011 auprès des membres, **86 %** des Rotariens ont rejoint leur club par l'intermédiaire d'un membre de leur famille, d'un ami ou d'une relation professionnelle. Intégrez cette variable dans votre plan de recrutement.

Il est parfaitement impossible pour les clubs d'être dynamiques et actifs sans nouveaux membres. Ils apportent des idées fraîches, une nouvelle perspective et élargissent le champ d'action du club dans la localité.

Après l'évaluation du club et la formulation d'une vision, la troisième étape consiste à développer des stratégies pour résoudre les problèmes identifiés. Pour beaucoup, il s'agira d'attirer de nouveaux membres. Pour élaborer vos stratégies de recrutement, capitalisez sur les forces du club et tenez compte des points faibles mis en lumière par l'évaluation sur la diversité et les classifications.

QUI SONT LES MEMBRES POTENTIELS ?

Outre les amis, voisins et relations professionnelles, d'autres groupes doivent être ciblés : bénévoles ayant participé à vos actions, personnes ayant présenté un intérêt pour le club sans être invitées à le rejoindre, anciens membres du club ou d'un club de la région, ou encore jeunes professionnels ayant participé à un programme du Rotary (membres d'un EGE ou d'une action professionnelle, boursiers, diplômés des Centres du Rotary, Rotaractiens, parents/grands-parents d'Interactiens, ryliens ou participants Youth Exchange). Les

familles ayant accueilli ces personnes font également de bons candidats.

Une fois par an, demandez aux membres du club d'effectuer le sondage pour identifier des prospects ([Outils d'évaluation de l'effectif](#)). Cet exercice, très simple, invite les Rotariens à réfléchir aux personnes de leur entourage qui réunissent toutes les qualités pour devenir membres du club.

En vous appuyant sur les résultats de l'enquête, déterminez avec les Rotariens du club si le profil de ces prospects correspond à celui du club. Travaillent-ils dans les environs ? Les heures de réunion leur conviennent-elles ? Sont-ils des décideurs ? Apportent-ils de la diversité ? Un processus de sélection minutieux vous permettra de trouver des Rotariens engagés sur le long terme, plutôt que des membres inactifs qui risquent de quitter le club trop rapidement.

Si l'un des prospects correspond à vos critères mais ne peut être retenu pour des raisons d'horaires ou de lieu par exemple, recommandez-le à un autre club.

Enfin, ces membres potentiels, même s'ils n'intègrent pas le club, feront toujours d'excellents bénévoles, donateurs ou amis du club.



Invitez un bénévole non-rotarien à une action ou à un événement rotarien pour qu'il constate le dynamisme et l'implication du club dans la localité. C'est un excellent moyen d'attirer les plus jeunes. Demandez ensuite à un membre du club d'effectuer le suivi auprès de cette personne.



Demandez aux membres du club de réfléchir en groupe sur les avantages d'être Rotarien. Partez de ces informations pour développer des messages types qu'ils pourront adapter en fonction du prospect auquel ils s'adresseront.

APPROCHER UN PROSPECT

Amis, relations professionnelles, Rotaractiens, Anciens du Rotary (y compris les participants à un échange de jeunes), membres de votre famille, voire nouvelles connaissances : tous constituent des membres potentiels.

Le message doit être simple. Plutôt que de s'égarer dans les détails du fonctionnement du Rotary, lancez une conversation sur l'impact qu'a eu le Rotary sur votre vie, votre carrière ou votre vie sociale. Les expériences et anecdotes personnelles ont ce pouvoir de rapprocher les personnes au plan affectif. Demandez ensuite au prospect ce qu'il recherche dans un Rotary club : se faire de nouveaux amis, agir sur une problématique locale ou élargir son réseau professionnel. Vous pourrez ensuite lui expliquer comment le Rotary peut répondre à ces attentes.

Viendra ensuite le moment de l'inviter à un événement rotarien. Réunion de club, événement social, participation à une action ou à une collecte de fond ; le choix dépendra de la personne.

COMMUNIQUER SUR LES AVANTAGES DE L'ADHÉSION

Lorsque vous expliquez à un prospect les avantages d'être membre du Rotary, tenez compte de ses intérêts et de ses besoins. Voici les avantages les plus cités par les Rotariens :

- Avoir un impact positif sur la collectivité au travers d'actions caritatives.
- Établir des relations professionnelles et des amitiés durables.
- Développer ses compétences professionnelles (planification

d'événements, prise de parole en public, collectes de fonds, etc.) ou trouver un mentor.

- Inclure les membres de sa famille dans les actions et événements du club, et permettre à ses enfants de participer aux programmes du Rotary en faveur des jeunes, que ce soit dans la commune ou à l'étranger.
- Créer un réseau mondial d'amis, notamment lors des voyages.

Les scénarios ci-après montrent comment utiliser les intérêts d'un prospect comme point de départ pour présenter le Rotary.

Action d'intérêt public

L'un de vos concitoyens est réputé pour ses actions caritatives dans votre ville. Invitez-le avec plusieurs de ses amis bénévoles à participer à votre prochaine action. Cette aide sera certainement utile à votre projet et ces bénévoles peuvent être d'excellents membres potentiels.

Amitiés et relations professionnelles

L'un de vos collègues vient de prendre sa retraite et se sent isolé. Expliquez-lui comment votre adhésion au Rotary vous a permis de rester actif et en contact avec des décideurs, et vous a permis de tisser de nouvelles amitiés. Invitez-le au prochain événement social du club, à une action ou à une réunion.

Participation de la famille

Votre voisin recherche des activités de bénévolat pour ses enfants. Parlez-lui des activités auxquelles les familles rotariennes participent dans leur club et des aides aux étudiants (bourses, échanges, etc.).

Action internationale

Un habitant de votre ville est prêt à s'investir financièrement et personnellement en faveur d'une cause internationale ? Expliquez-lui comment les Rotary clubs à travers le monde s'allient pour apporter eau, soins de santé ou éducation aux populations les plus démunies.

FORMER UN PROSPECT

Des études ont montré que ceux qui rejoignent un club sans avoir reçu un minimum de formation sur le Rotary tendent à le quitter un ou deux ans après. Quelques séances d'information suffiront pour couvrir la vie du club, ses activités, les avantages d'être membre mais aussi les cotisations, les horaires de réunion, le parrainage et la participation aux activités du club. Demandez à des membres du club de partager leur expérience de Rotarien. Et n'oubliez pas que ce n'est pas parce qu'ils sont Rotaractiens, diplômés des Centres du Rotary pour la paix ou Anciens du Rotary qu'ils connaissent tout de l'organisation et surtout de votre club.

RECOMMANDER UN PROSPECT

Vous connaissez une personne qualifiée mais qui est dans l'impossibilité de rejoindre votre club ? Recommandez-la à un autre club de la région et accompagnez-la à la réunion pour la présenter. Dans le doute sur le club le mieux adapté, contactez le président de la commission Effectif de votre district ou le gouverneur. D'ailleurs ces deux personnes peuvent également transmettre à votre club recommandations, demandes de transfert ou demandes d'information via [Rotary.org](https://www.rotary.org).

Les recommandations de prospects peuvent aussi se faire en ligne sur le site www.rotary.org/membershipreferral. Dans ce cas, le Rotary assure la mise en relation.

FAVORISER LA DIVERSITÉ DE L'EFFECTIF

Vous le savez, la diversité est importante et, à cet effet, vous avez évalué celle de votre club dans la première partie de ce guide. Voici quelques conseils pour attirer des jeunes et des femmes, deux catégories particulièrement recherchées, car sous-représentées au Rotary.

10 idées pour attirer les jeunes professionnels

Souvent très pris par leur travail et leur famille mais aussi limités financièrement, les jeunes professionnels ont du mal à s'engager dans une organisation telle que la nôtre. Voici quelques suggestions pour que ces contraintes ne soient pas un obstacle à leur adhésion :

1. Réduire ou annuler les cotisations pendant une certaine période.
2. Créer un club Satellite au format et aux horaires mieux adaptés à cette tranche de population (réunion le samedi matin ou cyberclub satellite, par ex.).
3. Réduire les frais de repas ou les rendre optionnels. Proposez que chacun apporte quelque chose ou qu'une personne soit chargée à tour de rôle de la collation.
4. Développer des activités de club adaptées aux jeunes professionnels.
5. Recruter plusieurs jeunes au même moment pour qu'ils se sentent plus à l'aise.



N'oubliez pas les Anciens du Rotary et de la Fondation : boursiers, membres des équipes EGE/formation professionnelle, participants Youth Exchange, Rotaractiens et Interactiens. Conviez-les aux activités du Rotary et demandez-leur de devenir Rotariens.



Sur une page Facebook, faites la promotion d'une action ou activité sociale à venir. C'est un bon moyen de s'adresser aux habitants de votre ville qui connaissent mal le Rotary et qui pourraient souhaiter s'y impliquer.

6. Faire en sorte que les absences soient acceptées. L'assiduité parfaite est difficilement réalisable pour ce type de membre. Cela impliquera peut-être de modifier les habitudes ou statuts du club.
7. Souligner les possibilités de s'investir dans des actions locales.
8. Confier à un Rotarien expérimenté la mission de veiller à ce que ces nouveaux membres se sentent bien accueillis. Pour plus d'informations à ce sujet, se reporter au document **Orientation des nouveaux : Guide pour les clubs**.
9. Inciter ces jeunes membres à agir ! Ils font souvent preuve de créativité pour résoudre les problèmes.
10. Proposer des activités variées. Identifiez leurs capacités et intérêts et trouvez des missions qui leur correspondent.

Les femmes au Rotary

Selon une étude démographique du Rotary menée en 2013, les femmes représentent 19 % de notre effectif dans le monde, ce pourcentage étant bien inférieur dans certains pays. L'étude montre également qu'hommes et femmes rejoignent le Rotary pour les mêmes raisons : avoir un impact dans leur localité et se faire des relations. Si votre club compte moins de 50 % de femmes, envisagez d'en recruter ; votre club n'en reflétera que mieux la démographie locale.

Obtenir des données démographiques

Consultez la page www.rotary.org/membership-resources pour obtenir les données démographiques de votre région (y compris le sexe et l'âge).

OUTILS POUR PROMOUVOIR LE CLUB

Sur le site du club ou sa page Facebook, créez un onglet dédié aux documents et autres ressources qu'utiliseront les membres du club pour présenter le Rotary aux prospects. Autres ressources produites par le Rotary :

Brand Center : Pour créer des brochures et affiches personnalisées à distribuer aux prospects invités à une réunion ou mettre en valeur l'action locale du club.

Rotary en bref, à commander sur shop.rotary.org : Des cartes à distribuer aux personnes à qui vous parlez du Rotary.

RENDRE HOMMAGE AUX PARRAINS DE NOUVEAUX MEMBRES

Le **nouveau programme Insigne Parrain de nouveaux membres** entend saluer les efforts des Rotariens qui ont recruté de nouveaux membres. Tout Rotarien qui parraine un nouveau membre reçoit un insigne, spécialement conçu pour ce programme, sur un support bleu. D'autres supports de couleur différente peuvent s'ajouter selon le nombre de Rotariens parrainés. Ne manquez pas de les décerner à la réunion du club pour rendre hommage au parrain et rappeler l'importance du recrutement pour la vitalité du club.

Vous pouvez aussi développer votre propre programme de reconnaissance selon les traditions et la culture de votre club.

CHAPITRE 4

IMPLIQUER NOS MEMBRES



Proposez aux Rotariens de lire la brochure **Le Rotary, des décideurs solidaires**. Ils y découvriront plusieurs façons de s'impliquer dans le club : participation aux actions, à la Convention du Rotary ou accueil d'un étudiant du Youth Exchange.



La première raison pour laquelle on reste au Rotary : les amitiés et les relations durables qu'ils y ont nouées.

Certes, on s'attachera à recruter de nouveaux membres, mais il faudra aussi se concentrer sur la fidélisation. Quelle que soit la situation de votre club, votre plan Effectif doit favoriser l'engagement actif des nouveaux membres ET des plus anciens. Par « Rotariens engagés », on entend des Rotariens qui participent aux activités, aux réunions, aux événements, aux actions et à la gestion du club. L'attachement que portent ces Rotariens à leur club est aussi dû à l'amitié et à la camaraderie qu'ils y trouvent. Ils sont motivés par les actions de leur club et sont fiers de les partager avec les autres.

IMPLIQUER LES MEMBRES ACTUELS

Imaginez un instant que les membres de votre club soient des clients que vous êtes en train de perdre. Le principe est le même : vous devez leur proposer une expérience qui leur donne envie de revenir, de s'investir et donc de rester au club. Pour cela, ils doivent pouvoir contribuer à la vie du club de façons multiples. À vous de leur offrir un éventail d'options et, également, de leur montrer régulièrement votre reconnaissance.

- S'assurer que leurs efforts sont reconnus, par des marques de reconnaissance ou la célébration de dates importantes pour eux (anniversaires, etc.).

- Établir un programme de mentorat pour que les Rotariens actifs puissent encourager les moins actifs à s'investir davantage.
- Veiller à ce que le club leur offre ce qu'ils pensaient y trouver en l'intégrant.
- Les encourager à participer à des commissions correspondant à leurs intérêts et compétences.
- Proposer des objectifs et des missions portant sur le long terme.
- Les inviter à assister à une conférence ou un séminaire de district.
- Tenir une liste d'actions et leur demander de s'investir à tour de rôle dans leur gestion.
- Sonder les intérêts au sein du club et inviter des intervenants qui insuffleront une motivation nouvelle chez les membres.
- Sur le site Web du club, sa page Facebook ou son bulletin, insérer des photos des membres lors d'actions ou d'événements du club pour saluer leur participation.
- Communiquer régulièrement sur la progression des objectifs afin de renforcer le sentiment de fierté et de rappeler l'importance de l'engagement à long terme.



50 % des membres démissionnaires déclarent ne jamais avoir été consultés par les dirigeants du club sur les raisons de leur départ.



De nombreux membres démissionnaires déclarent ne pas avoir été suffisamment informés sur leur club. Plus de la moitié d'entre eux expliquent avoir dû trouver ces informations dans *The Rotarian* ou leur magazine régional.

Tous les avis comptent

Interviewer les membres – anciens et actuels – permet de déterminer les raisons pour lesquelles ils décident de rester ou de quitter le Rotary.

Demandez à ceux qui partent de remplir le formulaire inclus dans les **Outils d'évaluation de l'effectif** afin d'éviter les départs ultérieurs. Une conversation avec un Rotarien de confiance permet souvent de recueillir des informations complémentaires.

Demandez aux membres qui déménagent, ou quittent le club pour des raisons logistiques, mais qui souhaitent rester Rotariens de remplir le formulaire de changement d'adresse ou recommandez-les directement à d'autres clubs.

Le questionnaire sur la satisfaction des membres (**Outils d'évaluation de l'effectif**) sert à identifier les aspects positifs et négatifs du club selon ses membres. Effectuez ce sondage, et débattrez des résultats et des mesures correctrices lors d'une réunion du club. Chacun devrait prendre part à leur mise en œuvre.

Communiquer avec le club

Des études montrent qu'une communication régulière avec les membres augmente le taux de fidélisation. Avec le plan de communication, plusieurs vecteurs vous seront utiles selon la situation du club et les préférences des membres : e-bulletins, site Internet ou réseaux sociaux. Parmi les informations à couvrir, citons :

- Informations liées au club (actions, activités, événements)
- Rapports financiers

- Possibilités d'actions internationales
- Dernières publications du Rotary
- Actualité du Rotary

Les membres doivent être régulièrement informés sur les éléments suivants :

- Possibilités :
 - d'assumer un rôle de leader
 - d'assister aux assemblées de club et séminaires de district
 - de participer aux réunions multidistricts
 - de s'impliquer dans les actions et activités du club et du district
- Programmes, actions et activités du Rotary
- Manifestations rotariennes (convention internationale et conférence de district)
- Stratégies de recrutement
- Objectifs et initiatives du club et de la commission Effectif du district
- Progrès vers la réalisation des objectifs en matière d'effectif
- Programmes de reconnaissance et récompenses liés à l'effectif
- Parrainage de nouveaux clubs

ORIENTATION DES NOUVEAUX MEMBRES

Devenir Rotarien est un moment particulier pour cette personne mais aussi le club. Cette entrée dans la famille rotarienne mérite donc d'être célébrée de la manière la mieux adaptée. Cérémonie ou intronisation lors de la réunion hebdomadaire, quelle que soit la méthode choisie, invitez sa famille et encouragez tous les membres du club à lui réserver un accueil chaleureux.



Incluez une des vidéos **Faire le bien dans le monde** (vimeo.com/rotary) dans votre orientation. Elle montre le potentiel d'action du Rotary et la façon d'apporter sa pierre à l'édifice.



Le message de bienvenue envoyé par le Rotary invite les nouveaux membres à :

- Lire **Rotary en bref**
- Mettre à jour leur profil de membre
- Rejoindre une conversation du Rotary sur un réseau social

Une façon de s'impliquer immédiatement dans la vie du Rotary.

Lors d'une séance d'orientation faisant suite à l'intronisation, expliquez les avantages d'avoir intégré votre club, les possibilités d'actions locales et internationales ainsi que vos dernières réalisations, sans omettre les actions et activités à venir. Ensuite, demandez au nouveau membre comment il souhaite s'investir. Le document **Orientation des nouveaux membres : Guide pour les clubs** vous aidera à préparer les cérémonies d'intronisation.

FAVORISER L'ENGAGEMENT DES NOUVEAUX MEMBRES

Toutes les études le montrent : plus les Rotariens sont actifs, plus les liens qui les unissent aux autres Rotariens, au club et à l'organisation sont forts. Confiez aux nouveaux membres un rôle actif correspondant aux activités qui les intéressent afin qu'ils ressentent immédiatement cet attachement au club. Ne vous limitez pas à leurs capacités professionnelles : un comptable ne sera pas nécessairement intéressé par le poste de trésorier !

Des actions de valeur

Le Rotary attire les personnes de bonne volonté par ses possibilités d'actions de valeur, que ce soit à l'échelle locale ou internationale. Les clubs qui mènent des actions multiples offrent donc plus d'occasions d'agir, instillant chez leurs membres un sentiment de satisfaction et de fierté.

Demandez au club de commander le guide **Comment monter une action**. Il vous aidera à planifier et à conduire des actions efficaces qui répondent à des besoins importants dans votre ville.

Amicales et Amicales d'action du Rotary

Les nouveaux membres seront peut-être intéressés par une Amicale ou une Amicale d'action où ils pourront :

- Partager leurs passions avec d'autres Rotariens
- Passer à l'action avec des personnes de même profession
- Se faire des amis partout dans le monde
- Explorer de nouvelles possibilités d'action

Découvrez les **Amicales** et les **Amicales d'action** sur Rotary.org.

Événements rotariens

Outre les réunions hebdomadaires, invitez les nouveaux membres à ces événements :

- Assemblée du club
- Conférence du district
- Formations du district
- Séminaires de district sur l'effectif et la Fondation Rotary
- Institutes du Rotary
- Convention du Rotary

Favoriser les liens

Pour les Rotariens, les relations qui se tissent au sein des clubs ont une grande valeur. C'est aussi un facteur de rétention. Encouragez les membres de votre club à mieux se connaître et intéressez-vous à leurs parcours et à leurs centres d'intérêts :

- Faites une enquête sur le type d'action/activité qui les intéresserait.
- Présentez un membre différent dans chaque édition de votre bulletin.
- Invitez les familles aux réunions, activités et actions.



Parmi les membres démissionnaires, **48 %** ne se sentaient pas à l'aise pour parler de leurs préoccupations avec les dirigeants du club.

- Invitez les membres à parler de leur expérience rotarienne à la réunion hebdomadaire.

Écoutez leurs suggestions et préoccupations. Faites-leur remplir le questionnaire de satisfaction (**Outils d'évaluation de l'effectif**) pour leur montrer qu'ils ont voix au chapitre. Et agissez rapidement pour que leur expérience dans le club soit toujours positive.

COMMISSION EFFECTIF DU CLUB

Pour atteindre vos buts en matière d'effectif, vous aurez besoin d'une solide équipe qui vous aidera à rédiger et à mettre en œuvre votre plan d'action. Ensemble, vous pourrez appliquer vos stratégies, suivre leur évolution et impliquer les membres du club dans cet effort.

Responsabilités de la commission :

- Définir les objectifs du club en matière d'effectif pour l'année.
- Informer les membres de l'importance du recrutement et de la fidélisation.
- Établir un plan d'action pour renforcer le degré de satisfaction des membres (avec enquêtes suivies de plans d'action).
- Évaluer le club pour s'assurer que les efforts de recrutement et de fidélisation portent leurs fruits.
- Collaborer avec la commission Relations publiques pour créer une image du club attractive pour les membres actuels, les prospects et votre localité.
- Parrainer de nouveaux clubs dans le district, si applicable.

CHAPITRE 5 ACCOMPAGNER UN NOUVEAU CLUB

Les gouverneurs sont les seuls responsables de la création de nouveaux clubs mais votre club peut jouer un rôle important dans ce domaine. Avant de vous lancer, vérifiez bien, que les membres du club sont en phase avec ce projet et informés des attentes.

QUALIFICATIONS DU CLUB PARRAIN

Le parrainage n'est pas obligatoire mais fortement recommandé. Dans leur choix d'un club parrain, le gouverneur et la commission Expansion de district prendront en compte les critères suivants :

- Assurer pendant au moins un an après la création du nouveau club le rôle de mentor
- Être en règle vis-à-vis du Rotary
- Avoir au moins 20 membres
- Avoir un programme d'activités équilibré

La réussite d'un nouveau club dépend de son organisation et de son fonctionnement les premiers mois suivant sa création. Le club parrain commence son rôle de mentor dès la création du nouveau club et pour une durée d'un à deux ans. Retrouvez plus de détails sur la procédure dans [La création de nouveaux clubs – Manuel destiné aux gouverneurs et à leurs représentants](#).

RESPONSABILITÉS DU CLUB PARRAIN

- Aider le représentant spécial à organiser et mettre en place les structures du nouveau club
- Conseiller les dirigeants du nouveau club et rendre compte au gouverneur durant la première année
- Aider le nouveau club à se familiariser avec les règles et procédures du Rotary
- Organiser des collectes de fonds communes
- Le président du club peut assister à la première réunion du comité du nouveau club avec le représentant spécial
- Aider le nouveau club à organiser ses programmes et actions durant la première année

La plus forte perte d'effectif et la plupart des radiations de club se produisent la deuxième année. Un nouveau club bénéficiant d'un soutien actif pendant les deux premières années a une plus grande chance de devenir un club solide, dynamique et indépendant.

UNE RELATION ÉTROITE

Pour établir une relation solide et saine avec le nouveau club, le mentorat du club parrain peut consister à :

Aider le nouveau club à choisir ces objectifs

Recenser les obstacles et les points faibles qui pourraient freiner son développement, puis établir des objectifs menant au succès.

Fournir une structure

Organiser des réunions régulières avec un ordre du jour et s'assurer qu'elles font progresser le club vers ses objectifs.

Communiquer régulièrement

Organiser des réunions et des conférences téléphoniques pour apporter vos conseils et guider le nouveau club dans ses premiers pas.

TAILLE DU CLUB

La création et le parrainage de club doivent respecter les règles suivantes :

- Un nouveau club doit avoir au moins 20 membres fondateurs (sauf accord exceptionnel du conseil d'administration du Rotary).
- Au moins 50 % des membres fondateurs doivent résider dans la localité du nouveau club.
- Un club parrain doit avoir au moins 20 membres. En cas de parrainage par deux clubs ou plus, au moins un des clubs parrain doit satisfaire à cette règle.

CHAPITRE 6

RESSOURCES

ROTARIENS ET PERSONNEL DU ROTARY

Le personnel du Rotary et les Rotariens suivants sont à votre disposition pour répondre à vos questions et conseiller votre club pour mettre en place un plan efficace de développement de l'effectif. Leurs coordonnées sont disponibles sur Rotary.org, dans l'*Official Directory* et sur www.rotary.org/coordinators-advisers.

VOTRE ÉQUIPE RÉGIONALE

Coordinateur du Rotary

Expert du Rotary au service des clubs et districts. Il propose des meilleures pratiques et des stratégies novatrices pour attirer des membres et les impliquer, sur les plans régionaux Effectif et la réflexion stratégique.

Coordinateur Image publique du Rotary

Fournit des conseils et des ressources pour rendre plus visible le travail du Rotary, ce qui aura un effet bénéfique sur l'effectif de votre club.

Coordinateur régional de la Fondation

Ressource clé sur tous les sujets relatifs à la Fondation Rotary parmi lesquels les subventions, la gestion des fonds, les collectes de fonds et nos programmes tels que PolioPlus et les Centres du Rotary pour la paix.

Conseiller Fonds de dotation/dons majeurs

Travaille avec les dirigeants régionaux et de district pour identifier, approcher et solliciter les donateurs majeurs potentiels ; participent à la création d'événements pour impliquer les supporters de la Fondation et les donateurs potentiels.

COMMISSION DÉVELOPPEMENT DE L'EFFECTIF DE DISTRICT

Chargée d'identifier, de promouvoir et de mettre en place des stratégies de développement de l'effectif adaptées au district. Son responsable assure la liaison entre le gouverneur, le coordinateur du Rotary, le Rotary et les clubs du district sur toutes les questions touchant à l'effectif. Le gouverneur ou son adjoint ont les coordonnées des membres de cette commission. Si elle n'existe pas dans votre district, suggérez-en la création.

ADJOINT DU GOUVERNEUR

Peut aider votre club à devenir plus dynamique afin d'attirer des nouveaux membres et les conserver. Contactez votre gouverneur pour plus d'informations.

Communiquez vos objectifs et stratégies qui ont fait leurs preuves à la commission Effectif de district et à l'adjoint du gouverneur. Il est tout aussi important pour votre district de connaître les stratégies innovantes et efficaces au niveau des clubs que pour lui de savoir le type d'aide à vous apporter.

CORRESPONDANTS CDS (SUPPORT CLUBS ET DISTRICTS)

Secrétariat

Chaque club a un correspondant Support Clubs et Districts à sa disposition pour répondre aux questions relatives :

- aux statuts et règlement intérieur du Rotary, au *Rotary Code of Policies*, au Manuel de procédure et aux directives du conseil d'administration du Rotary ;
- au Rotary International et au Secrétariat ;
- à Rotary Club Central.

Identifiez le correspondant de votre club sur www.rotary.org/representatives.

Le Secrétariat regroupe le siège mondial à Evanston dans l'Illinois aux États-Unis et sept bureaux régionaux. Vous pouvez contacter le service Développement de l'effectif par e-mail à membershipdevelopment@rotary.org.

RESSOURCES

Rotary.org

Outre l'actualité et les derniers communiqués du Rotary, le site Web propose :

- Ressources et publications : www.rotary.org/membership
- Résultats des enquêtes Effectif
- Formulaires de membre potentiel, de changement d'adresse et de recommandation
- De nombreuses publications gratuites à télécharger ou commander sur shop.rotary.org
- Webinaires
- Brand Center
- Localisation de club
- Coordonnées des [correspondants Support Clubs et Districts](#)
- Groupe de discussion – Meilleures pratiques Effectif
- Groupe de discussion – Young Professionals Network

Rotary Club Central

Outil en ligne permettant aux dirigeants de club et de district de fixer et de suivre leurs objectifs, notamment dans les domaines de l'effectif, de l'action et des dons à la Fondation. Les données permettent au Rotary de mesurer son impact au niveau mondial.

Rotary Ideas

Le *crowdsourcing*, une stratégie en ligne qui a fait ses preuves. Rotary Ideas reprend ce concept. Accessible sur ideas.rotary.org, cette plateforme permet aux clubs Rotary et Rotaract de rechercher partenaires, bénévoles, dons en nature ou contributions financières (via PayPal) pour leurs actions.



Retrouvez sur notre
Bulletin Effectif :

- Dernières études et tendances sur notre effectif
- Suggestions pour renforcer vos effectifs
- Idées de programmes d'orientation des nouveaux membres
- Conseils pour impliquer et fidéliser les membres

Encouragez les membres de votre club à s'abonner au Bulletin Effectif et à nos autres newsletters sur www.rotary.org/fr/newsletters.

Rotary Showcase

Parlez du travail du Rotary dans le monde et partagez-le sur les réseaux sociaux. Grâce à **Rotary Showcase**, les Rotariens et les Rotaractiens peuvent publier des photos et des vidéos de leurs actions et les partager sur Facebook and Twitter.

Notre centre d'e-learning

Suivez un cours sur notre Centre d'e-learning sur learn.rotary.org.

Il propose des formations par rôle ou par sujet tel que *Comment conduire un webinaire*, *Outils du formateur*, *Axes stratégiques* et *Redynamiser le Rotary*. Vous pouvez créer votre profil d'utilisateur, suivre vos progrès, télécharger la documentation correspondant à chaque module de formation et discuter avec les modérateurs et les autres participants au cours.

PLAN D'ACTION EFFECTIF

FEUILLE DE TRAVAIL

Cette feuille de travail est destinée à vous aider à établir un plan d'action pour le développement de l'effectif. Après avoir suivi chaque étape, vous aurez identifié des obstacles et des possibilités, une vision et des stratégies claires pour les prospects, vos nouvelles recrues et les membres existants. Vous pouvez apporter plus de trois réponses si vous le souhaitez.

Informez les membres du club de votre démarche pour renforcer l'effectif et invitez-les à participer à cet exercice.



Chapitre 1 : Évaluer le club

☐ Notre club a effectué l'évaluation de la diversité de l'effectif et identifié dans la composition démographique du club les forces et faiblesses suivants :

1. _____

2. _____

3. _____

☐ Notre club a effectué l'étude des classifications et identifié au moins trois professions vacantes au sein de l'effectif :

1. _____

2. _____

3. _____

☐ Notre club a rempli le modèle Fidélisation, discuté des résultats et adopté les trois points suivants pour solutionner ses problèmes d'implication et de fidélisation des membres :

1. _____

2. _____

3. _____



☐ Notre club a rempli le modèle Radiation, discuté des résultats et créé le plan suivant pour accroître le taux de fidélisation au sein du groupe identifié comme le plus à même à quitter le club :

1. _____

2. _____

3. _____

☐ Nous avons identifié trois meilleures pratiques suggérées dans Gouvernance d'un club dynamique pour favoriser l'innovation et la flexibilité :

1. _____

2. _____

3. _____

☐ Un membre du club est chargé du site Web du club.

☐ Un membre du club est chargé de gérer notre communication sur les réseaux sociaux.

☐ Nous allons utiliser les outils suivants proposés à la rubrique Relations publiques de Rotary.org pour nos efforts de sensibilisation du public :

1. _____

2. _____

3. _____

☐ Nous avons organisé un groupe de réflexion dans notre localité. Il nous a apporté les enseignements suivants :

1. _____

2. _____

3. _____



Chapitre 2 : Formuler une vision pour le club

☐ Notre club a effectué l'exercice de *visioning* et fixé les objectifs suivants :

1. _____
2. _____
3. _____

☐ Notre club a utilisé le Guide de réflexion stratégique pour fixer ses objectifs annuels et à long terme.

Chapitre 3 : Attirer de nouveaux membres

☐ Notre club a effectué l'enquête d'identification de membres potentiels et analysé les données en considérant les résultats de nos enquêtes sur les classifications et sur la diversité. Nous avons décidé d'utiliser les trois autres stratégies suivantes pour identifier des prospects :

1. _____
2. _____
3. _____

☐ Notre club a décidé de mettre en place les trois autres stratégies suivantes pour présenter le Rotary aux membres potentiels :

1. _____
2. _____
3. _____

☐ Un membre du club a été désigné pour administrer et mettre à jour notre site Web avec le matériel disponible sur le Brand Center du Rotary.

☐ Les résultats de l'évaluation de la diversité de l'effectif ont amené notre club à présenter en priorité les trois avantages suivants lors des contacts avec les membres potentiels :

1. _____
2. _____
3. _____



Chapitre 4 : Impliquer nos membres

- ☐ Notre club va utiliser les stratégies suivantes pour que ses membres actuels s'impliquent davantage :

1. _____
2. _____
3. _____

- ☐ Après avoir fait remplir aux membres le questionnaire de satisfaction, notre club va apporter les changements suivants :

1. _____
2. _____
3. _____

- ☐ Après avoir lu Orientation des nouveaux membres – Guide pour les clubs, les membres de notre commission Effectif ont mis en place un nouveau programme d'orientation centré sur la formation des nouveaux membres et leur implication dans le club. Ce programme inclut :

1. _____
2. _____
3. _____

- ☐ Notre plan d'action pour mieux connaître les nouveaux membres contient les éléments suivants :

1. _____
2. _____
3. _____

- ☐ Notre club va impliquer les nouveaux membres en :

1. _____
2. _____
3. _____



Chapitre 5 : Accompagner un nouveau club

- ☐ La commission Effectif de notre club a informé le gouverneur que notre club désirait parrainer un nouveau club.
- ☐ Les membres du club ont discuté des responsabilités du club parrain et accepté de remplir ce rôle.

Chapitre 6 : Ressources

- ☐ Notre commission Effectif de club est en contact régulier avec la commission Effectif de district.
- ☐ Les dirigeants de notre club communiquent régulièrement avec le gouverneur ou son adjoint et les contactent quand nous avons besoin d'aide.
- ☐ Les membres de notre commission Effectif ont consulté le site Web du Rotary le mois dernier et utilisent fréquemment les documents du Rotary.
- ☐ Notre club a recensé les ressources du Rotary qui pourraient lui être utiles.

QUESTIONS ?

Envoyez vos questions, commentaires
ou suggestions à :

Membership Development (MD100)
Rotary International
One Rotary Center
1560 Sherman Avenue
Evanston, IL
60201-3698 États-Unis
membershipdevelopment@rotary.org

ROTARY INTERNATIONAL

One Rotary Center
1560 Sherman Avenue
Evanston, Illinois
60201-3698 États-Unis
www.rotary.org/fr

