



AVEC UN CLUB ATTRACTIF : COMMENT RECRUTER ?

CODIFAM, CLERMONT-FERRAND, 2023

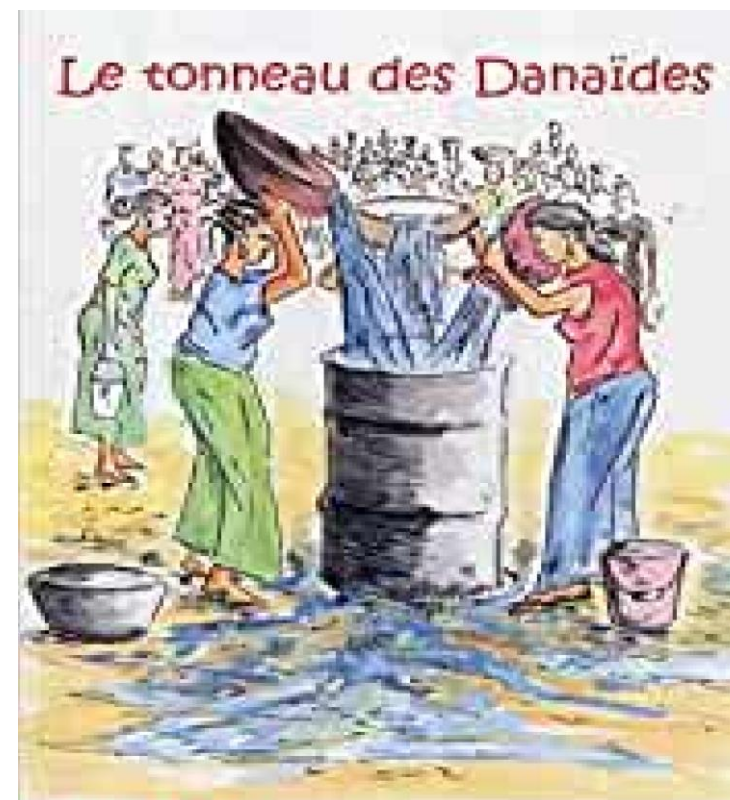
Jean-Marie Lataste, Coordinateur du Rotary, Région 14, 2022 2025



SOUTENIR VOS CLUBS

Actuellement 2/3 de nos nouveaux membres nous quittent dans les trois ans de leurs adhésion !

Pouvons – nous changer cette situation ?



UN CLUB ACTIF EST ATTRACTIF

- **Sens et valeurs :**

- Notre société connaît une crise de confiance qui s'accompagne d'une crise de l'engagement
- Nos jeunes sont à la recherche de Sens et de Valeurs
- La vision et les valeurs du Rotary nous incitent à nous tourner vers les Autres et cela donne du sens à nos vies !
- Pourtant nos clubs ont du mal à fidéliser, pourquoi ?

UN CLUB ACTIF EST ATTRACTIF

- **Les Prérequis :**
- Chaque région est différente : la régionalisation, une voie d'avenir décidée par le RI !
- Chaque club doit trouver ses facteurs d'attractivité
- Particulièrement en France, les gens souhaitent s'engager mais plus de façon occasionnelle que permanente (Ulpia Philips, Rotary Zurich, 2023)

UN CLUB ACTIF EST ATTRACTIF

- **Quelles sont les clés de l'Attractivité de nos clubs dans la Région 14 ?**
- Nos clubs ont-ils su renouveler leur offre rotarienne ou l'adapter à la société d'aujourd'hui ?
- Université de rentrée D 1680 : Club Strasbourg Avenir : « Bien des clubs font vieillots »... *ils n'ont pas su intégrer des jeunes qui ne s'y reconnaissent pas. Ces derniers aspirent à ce qu'on leur confie des actions qu'ils organiseront à leur façon avec leurs moyens de communication*
- Est-ce un souci que des actions attirent certains membres du club mais pas tout le club ?

UN CLUB ACTIF EST ATTRACTIF

- **Quelles sont les clés de l'Attractivité de nos clubs dans la Région 14 ?**
- Vous avez suggéré, lors du séminaire régional de Juin 2023, que nos clubs puissent s'appuyer sur la méthode du marketing mix des 4 P.
- Alain Van, de Poël, notre administrateur élu, conseille de nous appuyer sur le modèle SAVE, qui est une approche évolutive du modèle des 4 P et qui a été développée pour mieux répondre aux besoins des entités à l'heure numérique où l'offre est supérieure à la demande :

S comme Solution, A comme Accès, V comme Valeur et E comme Education au lieu de Promotion

UN CLUB ACTIF EST ATTRACTIF

- **Quelle solution chaque club, a-t-il intérêt à proposer ?**
- On va construire le service en fonction de la Solution qui sera apportée aux besoins du membre. Quelle est la solution qui va être perçue par le membre du club et qui le rendra satisfait de son adhésion au club ? Et pour le prospect recherché à y adhérer ? La Solution proposée devant s'inscrire dans la vision, les valeurs et le critère des 4 questions du Rotary.
- Comment connaître les besoins des membres ? Quels outils ?
- Comment connaître les attentes des prospects si le club n'a plus de membres d'une catégorie d'âge ? (enquête rotarienne sur les attentes effectuée en 2022, étude présentée par Chantal Landy de l'ESC de Clermont – Ferrand, Codifam 2023)
- Comment connaître les attentes de votre environnement ?

UN CLUB ACTIF EST ATTRACTIF

- **Quelle solution, chaque club, a-t-il intérêt à proposer ?**

Ecouter les attentes en termes :

- D'attractivité des réunions : « Une réunion statutaire doit être un moment de plaisir où le rotarien s'enrichit » J. Aboudaram, PDG D 1690. Quel contenu ?
- De jour et horaires de réunion
- De tenue de réunion : quelles possibilités ?
- En termes de formation rotarienne : comment avoir une bonne participation des membres ?
- Est-il possible de satisfaire des attentes différentes de membres tout en conservant l'unité de son club ? Si oui, comment ?

UN CLUB ACTIF EST ATTRACTIF

- **Accès au lieu de Place :**

- Développer une présence cross-canal.
- Chaque club doit veiller à ce que :
ses membres puissent, facilement, trouver, accéder, s'inscrire aux informations, manifestations et actions proposées par le club.

les prospects qu'il recherche puissent accéder facilement aux informations sur le club rotarien qui leur permettent de susciter leur adhésion en tant que membre, en tant que bénévole occasionnel ou en tant que bienfaiteur.

- La qualité du prospect : laquelle ?
- L'humilité du prospect : pourquoi ?
- Valoriser le prospect :

P. Jachez D 1680 : Comment ? « Nous nous connaissons depuis longtemps, et j'ai pu apprécier tes qualités humaines et professionnelles. Tu as toutes les qualités pour devenir rotarien. Je te propose d'en parler plus en détail. Serais-tu disponible en fin de semaine ou la semaine prochaine ? »

UN CLUB ACTIF EST ATTRACTIF

- **Valeur au lieu de Coût :**

- Mettre en avant la valeur apportée plutôt que le coût.

- Les informations, manifestations, actions et services proposés par le club doivent être valorisantes. On ne fixe plus le prix en fonction du prix de revient mais en fonction de la valeur perçue du club Rotary de l'image qu'il va procurer aux membres du club tant vis-à-vis des autres que de lui-même.

- La valeur doit-elle être la même pour chaque club ?

- Le contrat « Jeune Rotarien »

- Le membre Corporate

- Comment fournir d'autres moyens financiers au club ?

UN CLUB ACTIF EST ATTRACTIF

• Education au lieu de Promotion

- Fournir suffisamment d'informations personnalisées à chaque membre en fonction de ses besoins, à chaque point de rencontre, plutôt que de se baser uniquement sur la communication.
- Tout club doit être un média : il est important d'informer, d'éduquer les membres sur l'offre rotarienne et sur celle mise en avant par le club.
- Comment ? Conférences, témoignages, blogs, vidéos, webinaires...
- Un club doit « éduquer » ses membres, ses prospects sur les avantages de son offre rotarienne en expliquant comment le club y répond et en s'appuyant sur des exemples.

COMMENT MON DISTRICT POURRAIT-IL IMPLIQUER SES CLUBS DANS UNE DEMARCHE DE FIDELISATION ?

- **Les partages d'expériences et les moyens que vous avez évoqués lors du séminaire régional :**

Plusieurs pistes ont été émises lors du séminaire régional de Juin 2023 et lors de celui des DMC de Septembre 2023 : dans chaque district, proposer un spécialiste Attractivité/Fidélisation, publier des blogs et des vidéos à ce sujet, s'appuyer sur les ADG pour qu'ils sensibilisent leurs présidents sur l'intérêt d'engager leur club dans cette réflexion.

- **Les partages d'expérience à venir entre vos districts :**

Nous vous proposons de les poursuivre car nous pourrions ainsi mutualiser nos difficultés et nos réussites !

**Prochaine réunion zoom Fidélisation proposée par la Coordination du Rotary le
Lundi 20 Novembre de 9 h à 10 h**

COMMENT RECRUTER ?

- **Combien chaque club, perd, en moyenne, chaque année ?**

A minima, 10 % de son effectif du 1^{er} Juillet

- Qui recruter ?
 - En tant que membres du club
 - Comment se constituer un fichier de bénévoles intéressés par participer ponctuellement ?
- Comment recruter ?
 - Avec quels moyens humains ?
 - Quelles possibilités s'offrent au club ?
- L'intérêt des Prospects proposés par My Rotary et des Bénéficiaires de nos actions

CONCLUSION

- **Nous sommes des Professionnels Humanistes**
- **Avec un district qui a un PLD pluriannuel intégrant les attentes :**
 - de son temps,
 - de son environnement,
 - de ses présidents
 - de son équipe
- Vous pourrez accompagner vos clubs dans la démarche de changement qui permettra au Rotary de rebondir dans vos districts et dans notre Région 14 !
- **Pour Ghandi : « Vous devez être le changement que vous voulez voir dans ce monde »**