# Enregistrez ce modèle dans un fichier MSWord où vous pourrez le retravailler jusqu'à ce qu'il soit complet.

Les clubs doivent élaborer un Plan de Croissance de l'Effectif du club afin d'assurer le succès de l'Indicateur Clé de Performance (ICP) le plus important d'un Rotary club sain et dynamique, à savoir une croissance régulière et modérée de l'effectif. Les clubs qui disposent déjà d'un plan de croissance de l'effectif peuvent l'utiliser à la place..

**Le Rotary est une Organisation composée de Membres et notre Produit est le Service.** Si vous réussissez le recrutement, tout le reste se fait tout seul. Si l'effectif n'est pas bien géré, tout le reste est un combat pour toute l'année. Travaillez d'**abord** sur l'effectif**,** mettez en place votre commission Effectif et faites-la fonctionner**,** puis occupez-vous des autres priorités..

Il y a une grande différence entre un slogan ou un concept effectif et un plan effectif.

Un plan sur l’effectif d’un club efficace prend en compte les **quatre facteurs essentiels à** la croissance des membres d'un club. Pour réussir, un club doit planifier et mettre en œuvre des stratégies intentionnelles et efficaces dans chacun de ces domaines :

1. **Résultat escompté : Un club Irrésistible = Fidéliser les Membres et en Attirer de Nouveaux -** Les clubs Irrésistibles offrent une expérience de club qui attire et fidélise les membres. Les programmes doivent être informatifs, éducatifs ou inspirants (ou une combinaison des trois) – « TV à voir absolument ». Un club irrésistible monte ses propres actions significatives **sous l'égide du Rotary** (il ne fait pas de chèques à d'autres organisations à but non lucratif). Le travail de service pratique, côte à côte, est la manière dont les membres apprennent à se connaître et à créer des liens les uns avec les autres.  
   Commencez par une [**enquête de satisfaction des membres**](https://youtu.be/yQY_0k-oKBQ) .
2. **Identification des Prospects (génération de prospects) -** Un club doit créer et mettre en œuvre des stratégies efficaces pour inciter et inspirer régulièrement les membres à amener leurs amis, voisins et relations d'affaires à considérer le Rotary comme faisant partie de leur vie. Il s'agit là du chaînon manquant le plus fréquent dans la plupart des plans de club.
3. **Attirer des Membres -** Présenter efficacement le Rotary à des membres potentiels qualifiés. De nombreux clubs enregistrent un taux de réussite de plus de 50 % lorsque des membres potentiels assistent à une **heure d'information sur le Rotary**. Nous avons un excellent produit et les gens nous rejoindront si nous le présentons bien.
4. **Intégration des Nouveaux Membres -** La première étape de la fidélisation à long terme des membres est un programme d'orientation et de formation efficace. L'implication des membres dans les activités du club au cours de leur première année d'adhésion est essentielle à la réussite de la fidélisation.

Le Modèle de Plan Effectif d'une page qui suit est un cadre qui vous permet d'identifier des stratégies intentionnelles pour réussir dans ces quatre domaines essentiels. Construit au format MS-Word, vous pouvez l'éditer ou le modifier pour l'adapter à votre club et à votre plan. Les sections se développent au fur et à mesure que vous élaborez votre plan.

Vous pouvez tirer parti de plusieurs excellentes ressources qui se sont avérées utiles pour d'autres clubs :

* 10 Stratégies Ciblées de Recrutement qui **fonctionnent** : <https://www.rizones33-34.org/?s=intentional>
* 6 stratégies d’effectif **ratées** que les Rotary clubs adorent: <https://www.rizones33-34.org/?s=failed>
* La recette d'un Evénement Réussi du Recrutement :: <https://www.rizones33-34.org/?s=recipe>
* Plan d'action pour l'adhésion des Zones 33/34: <https://www.rizones33-34.org/membership-action-plan/>

Votre Adjoint au Gouverneur travaillera directement avec le /la Président(e), le/la responsable Effectif et/ou le comité du club pour fournir des idées, des suggestions et des ressources qui vous aideront à mener à bien votre plan. L'équipe Effectif de votre District est également à votre disposition pour vous aider.

**L’espoir n’est pas une stratégie de croissance des effectifs**

Échéance   
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, 2024

**Effectif actuel :** \_\_\_\_\_\_\_ membres  **Attrition Annuelle Moyenne :** \_\_\_\_\_\_\_ membres

**Objectif en matière d'Effectif --** Augmentation de \_\_\_\_\_ membres (net), nécessitant \_\_\_\_ nouveaux membres (croissance + attrition).

**NOTE :** Données réelles dans la page de définition des objectifs du Centre de Réussite pour l'Effectif (Membership Success Center)

**Nos Défis en matière d'Effectif** – Quels sont les défis en matière d'effectif auxquels notre club est confronté ?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| * Taux d'Attrition élevé ? | * Faible Taux d'Attraction ? | * Maintien de la dynamique de croissance existante |

|  |  |
| --- | --- |
| **Résultat escompté : Un club Irrésistible = Fidéliser les Membres et en Attirer de Nouveaux** Comment améliorer l'expérience de notre club pour que les membres aient envie de rejoindre le Rotary et d'y rester ? Comment donner plus de sens à nos actions ? Stratégie(s) ciblée(s) que nous utiliserons :  : | |
| Qui est responsable ? |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Identification des Prospects (Génération de Prospects)** - Quel est notre plan pour inciter les membres à penser à des candidats ET pour inspirer les membres à les contacter ? Stratégie(s) ciblée(s) que nous utiliserons : | |
| Qui est responsable ? |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Attirer des Membres** - Comment allons-nous présenter notre club aux prospects ? Comment allons-nous raconter l'histoire du Rotary ? Stratégie(s) ciblée (s) que nous utiliserons : | |
| Qui est responsable ? |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Intégration des Nouveaux Membres** – Comment nous assurer que les nouveaux membres comprennent le Rotary, notre club, ses attentes et ses possibilités de service ? Stratégie(s) ciblée(s) que nous utiliserons : | |
| Qui est responsable ? |  |