

La commercialisation des clubs est essentielle au recrutement de nouveaux membres, à l'établissement d'une base solide au sein de la collectivité, et à l'inspiration du meilleur chez les jeunes par le truchement des programmes Optimistes. Selon l'American Marketing Association, la commercialisation, c'est « l'activité, un ensemble d'institutions, et les mécanismes de création, de communication, de transmission, et d'échange des offres jugées utiles par les clients, les partenaires, et la société en général. »

Cela semble complexe, mais le secret, c'est que la commercialisation peut être simple. En tant qu'Optimistes, vous êtes la meilleure source de promotion pour votre club. Vous comprenez la valeur d'être membre et de travailler avec les jeunes au sein de votre collectivité. C'est maintenant à vous de partager cette valeur avec les autres, pour que votre club puisse croître, recruter de nouveaux membres et aider un plus grand nombre de jeunes.

Au congrès international 2012 à Milwaukee, Jim Boyd, vice-président élu, a animé deux ateliers sur la commercialisation. La réponse a été particulièrement favorable! Jim et les participants ont travaillé à dresser la liste suivante pour susciter chez chaque membre l'enthousiasme pour la commercialisation et le partage de la valeur associée au fait de faire partie de leur club.

Le meilleur moment pour commencer la promotion, c'est maintenant!

Les

10 meilleures

N°1 Vous et votre histoire

Il n'y a pas de meilleures façons de parler aux gens de l'organisation que d'expliquer pourquoi vous êtes un Optimiste ou pourquoi vous êtes membre d'un club Optimiste. L'approche personnelle devrait toujours être priorisée, car il arrive souvent que ce soit la plus efficace.



N°2 Sites Web

Chaque club devrait en avoir un. Quand on fait la promotion du club en personne, il est beaucoup plus facile de faire valoir une perspective détaillée si un Optimiste peut dire : « Jetez un coup d'œil dans notre site web à l'adresse www.votrecluboptimiste.org ». Assurez-vous qu'Optimist International connaît l'existence du site Web de votre club, si vous en avez déjà un.

N°3

Médias sociaux

Mettez à profit des ressources comme Facebook, Twitter et LinkedIn. Ce sont là certaines des meilleures façons de communiquer avec les gens de 35 ans et moins. Le plus intéressant, c'est qu'ils sont tous gratuits. Voyez la page des médias sociaux du site Web Optimiste pour consulter les guides sur la façon de les utiliser.

N°4 Trousse de commercialisation Optimiste

La trousse renferme une mine de renseignements utiles sur la façon de promouvoir votre club et de ressources pour y arriver. C'est gratuit et accessible dans le site Web Optimiste à l'adresse www.Optimiste.org.



façons de commercialiser votre club

N°5

Médias traditionnels

Ne minimisez pas l'efficacité de la radio, de la télévision et du journal dans notre société actuelle fondée sur la technologie. Faites parvenir des communiqués de presse aux médias locaux.

N°7 Histoires personnelles

Ce point peut être intégré au premier, mais sortez des sentiers battus. Tournez des vidéoclips de 30 secondes de membres expliquant la raison pour laquelle ils sont Optimistes et les rendant accessibles dans le site Web du club et dans la page Facebook.

N°8 À la rencontre des Optimistes

Un club pourrait installer une table d'information dans un restaurant ou une épicerie. Invitez les gens à poser des questions et à en apprendre davantage sur l'Optimisme. Le forum pourrait être un moyen d'inviter des membres potentiels à mieux connaître votre club sans avoir à organiser une réunion MAINTENANT.

N°6 Évènements publics

Assurez-vous que votre club fait partie de la collectivité. Les membres devraient fréquenter les marchés publics, les foires provinciales et de comté, les classes de leadership et autres évènements locaux. Les membres potentiels doivent savoir que les Optimistes font grand cas de leur collectivité.



N°10 Vêtements de club

Portez votre fierté Optimiste sur votre manche... littéralement. C'est un moyen facile de promouvoir votre club, mais c'est un message extrêmement clair. Les membres peuvent porter des teeshirts pour promouvoir le club durant votre prochain projet et mettre en valeur leur Optimisme.

N°9 Établissez un partenariat avec un autre groupe communautaire

Envisagez de travailler avec un autre groupe communautaire dans le cadre d'une relation mutuellement avantageuse. Organisez un projet conjoint pour permettre à chaque groupe de promouvoir l'autre de façon efficace.

PRIME!

Parrainez une équipe sportive de la localité

Imaginez une équipe de joueurs de petites ligues portant des chandails arborant le nom de votre club et le logo Optimiste. L'équipe obtient du financement et votre club montre comment il aide les jeunes.