

*經由各項活動*

*達到社會和經濟的賦權,*

*進而改善婦女與女孩的生活.*

## 國際蘭馨交流協會美洲聯盟

**嬰兒潮世代: 如何溝通與宣傳蘭馨會**

全世界的嬰兒潮世代, 也就是那些出生於1946年到1964年之間的人, 其人口總數有四億五千萬! 這個群體的龐大規模使他們成為蘭馨會的理想宣傳目標, 因為嬰兒潮世代的人希望參與社區專案, 以目標為導向, 享受團隊建立和協同工作的樂趣, 所以蘭馨會可能非常適合他們.

嬰兒潮世代是一群非常挑剔的消費者, 他們是與多媒體行銷一起成長的第一個世代, 而且他們想要與一個成功的品牌有關聯. 我們的品牌反映出與蘭馨會有關的一切, 包括從會員和領導者到我們的宗旨和核心價值. 由於我們的各項活動是我們界定和維持蘭馨會品牌的主要方式之一, 因此各分會應該要參與我們的招牌活動 ⎯ 夢想活動.「實現你的夢想獎」和「夢想它, 實現它」活動真正說明了蘭馨會所代表的意義和所奮力從事的工作: 賦權婦女與女孩. 我們的分會也是蘭馨會品牌的另一種反映, 因此, 各分會很重要的一項工作就是要維持健康的氣氛, 真正反映出我們是什麼樣的組織: 婦女盡其可能的幫助其他婦女盡力做到最好.

請看看以下如何成功地向嬰兒潮世代溝通與宣傳蘭馨會的其他建議:

在向新會員宣傳之前, 分會要做一件重要的事就是執行一項評估或 “健康檢查”, 來衡量分會對潛在會員的吸引力. 就像我們有時候會將自己的健康情況視為理所當然, 分會也會將自己的健康情況視為理所當然. 執行評估可以找出分會的優點和弱點, 為分會的健康情況提供非常寶貴的意見, 也包括改善的機會. 分會評估的範本登載在www.soroptimist.org\* 網站會員區的會員部分.

直接郵件和面對面/人與人的直接互動是嬰兒潮世代這群人比較喜歡的溝通方式. 然而在初始接觸之後, 電話聯繫是與他們後續追蹤的好方式, 因為他們很重視 “人與人之間的聯繫”.

嬰兒潮世代的人曾經說過 “不要相信任何一個超過三十歲的人”, 而今這群人已經超過那個年齡, 他們不希望被認為 “老” 或被稱為是 “老年人”. 嬰兒潮世代不一定想要年輕, 但希望被認為還年輕.

要能夠吸引嬰兒潮世代分會必須要有彈性. 蘭馨會可能是嬰兒潮世代在他們生活中挪出時間來從事的許多活動之一. 請做合理的調整讓他們能夠參與你的分會.

嬰兒潮世代被稱為是知識的尋求者, 每天上網的人越來越多. 這意味著他們正在搜尋, 想要找到更多有關蘭馨會和當地分會的資訊. 請確保你分會的網站隨時更新而且賞心悅目. 你想要設立一個網站或使你的網站更現代化嗎? 請嘗試使用登載在www.soroptimist.org\* 的分會網站範本格式.

臉書Facebook 是嬰兒潮世代最普遍使用的社群媒體. 上網的嬰兒潮世代中有70% 擁有臉書帳號! 請為你的分會製作一個臉書網頁並經常在上面登載訊息. 需要登載在臉書上的內容資料嗎? 請 “分享” 登載在SIA 和實現你的夢想社群LiveYourDream.org 臉書網頁的內容資料, 這些網站每天都會刋登蘭馨會相關的資訊、有趣的資料、照片和影片.

是否有人查看分會的電郵? 電郵是你的分會與潛在會員之間重要的聯繫方式之一. 我們的網站每天大約有一千八百人次的拜訪, 所以很重要的是要讓嬰兒潮世代的潛在會員能夠以某種方式在地方層級上與你的分會聯繫. 除了面對面的互動和電話之外, 電郵也是嬰兒潮世代與你的分會聯繫的另外一種方式. 如何取得和使用分會電郵的有關說明登載在www.soroptimist.org.\*

「價值」對嬰兒潮世代而言很重要. 要吸引嬰兒潮世代的人加入或使他們繼續不斷地回來, 他們所想要的就是「價值」, 而且這也是 “這對我有什麼好處” 這個問題的解答. 嬰兒潮世代在他們的承諾中尋求個人的價值, 因此很重要的是要展示出成為會員的價值! 嬰兒潮世代的潛在會員告訴我們, 他們最重視的價值是友誼和夥伴情誼, 因此要確保大家致力維持一個能反映出蘭馨會精神的友善、溫暖和歡迎的環境.

對嬰兒潮世代而言, 其他的重要價值依序排列為:社交聯誼, 與志同道合的婦女在一起, 個人與蘭馨會宗旨的關聯性和志工機會. 你可藉以下方式來展示這些價值:

* 將你的 “招募” 活動轉變成 “社交聯誼” 機會
* 以實現你的夢想獎表揚某位婦女
* 參與「夢想它, 實現它」活動
* 邀請潛在會員加入他們能親身參與的專案和活動

分會做好準備回答問題 ⎯ 嬰兒潮世代在做承諾之前不會害怕詢問問題或提出要求. 精心製作一些訊息讓潛在會員了解當他們加入一個分會時將會如何受益 ⎯ 要運用前面敍述的幾個重要價值來說明. 在傳遞分會價值時要充滿熱忱並相信自己所 “推銷的”, 因為每個人都希望成為充滿活力團隊的一份子.

嬰兒潮世代告訴我們, 他們有興趣加入蘭馨會的首要原因是想要幫助改善婦女與女孩的生活. 這又再一次的說明, 很重要的是要展示你的分會如何做到這點 ⎯ 讓他們知道你的分會藉由實現你的夢想獎、「夢想它, 實現它」和參與社區以婦女和女孩為重點的其他專案來做到.

嬰兒潮世代表示想要加入蘭馨會的其他重要原因 (依重要性排序): 為婦女提供教育機會 (實現你的夢想獎!), 與自己社區的人們認識, 給予女青年生活指導 (夢想它, 實現它!) 以及參與販運認知活動. 所以在傳達訊息時, 要強調你的分會如何針對這些問題來處理.

嬰兒潮世代的蘭馨會潛在會員中詢問有關加入蘭馨會事宜但並未加入的人說, 他們之所以未加入的首要原因是因為他們一開始表示有興趣之後就不曾有分會的人與他們聯繫. 解決這個問題很容易! 只要追蹤所有的線索 ⎯ 打個電話或送個電郵給嬰兒潮世代的潛在會員. 如果你需要電話留言給他們, 請給他們一兩天的時間回應, 但務必要做後續追蹤. 讓他們知道從第一天開始他們就很重要, 讓他們感到你很樂意告訴他們更多有關蘭馨會的資訊並請他們加入! 品質和顧客服務對嬰兒潮世代而言非常重要.

在印刷刊物上登載資訊 (報紙、社區新聞通訊等)是傳達給嬰兒潮世代一種很好的方式, 還有傳單和小手冊都是你可以用來招募嬰兒潮世代的印刷品材料. 你可以將這些印刷品放置在如圖書館和醫生看診室等地方. 各種傳單和蘭馨分會小手冊可以在網站www.soroptimist.org\*上找到.

參與志工對嬰兒潮世代而言是用時間在他們想做的時候去做他們想做的事. 這是一個利用與運用他們技能的機會, 同時也讓他們有機會追求他們以前可能沒有時間追求的興趣. 嬰兒潮世代希望保持積極參與, 但並不見得希望加入之後在每星期的會議中被動地坐著. 請使用登載在[www.soroptimist.org\*](http://www.soroptimist.org*) 的「才能調查表」來發掘潛在會員的才能和興趣, 如此你將可以指引她到她會喜歡的委員會, 並將她介紹給那些也許能夠訓練她或可以從她身上學習新事務的會員認識!

你可以針對55歲以上的人居住的社區為目標來吸引潛在會員, 或者甚至在社區附近成立一個新分會. 當嬰兒潮世代的年齡逐漸增加時, 他們期望維持忙碌並擁有一個生氣蓬勃的退休生活. 你也可以聯繫像Red Hat Society (紅帽協會, 是一個中老年婦女加入的民間組織) 或AARP (美國退休人員協會) 的地方分支來尋找活躍的嬰兒潮世代加入或參與互惠的活動或專案.

嬰兒潮世代重視團隊精神, 所以我們要展示會員之間如何協同合作以及如何與社區其他團體共同努力在地方上和全世界營造改變. 請考慮在你的會議中增加一段簡短的小組建立練習, 可以讓嬰兒潮世代潛在會員和分會的現有會員培養同志情誼.

嬰兒潮世代喜歡擔任輔導工作或做為生活導師, 他們願意分享人生經驗, 這將是你分會的重要資產. 例如, 讓他們協助「夢想它, 實現它」活動是使嬰兒潮世代潛在會員和現有會員都共同參與的一種很好的方式.

最後, 請利用下列吸引嬰兒潮世代的宣傳訊息:

* “人生是持續不斷的旅程, 充滿著永不休止的學習、奉獻和成長的機會.”
* “每個人都能有所貢獻. 你如何能夠使自己的技能發揮作用?”
* “每個人都希望被需要. 我們需要你.”
* “我們需要你的經驗, 重視你的智慧和才華.”
* “我們會為你尋找一個你能夠發揮技能和經驗的地方”

(Wilson & Steele, 2002).

**\*需要幫助在www.soroptimist.org網站上尋找資源嗎? 請送電郵至siahq@soroptimist.org 或打電話到 215-893-9000與總部聯繫.**

*資料來源和參考資料:*

Bennett, S. (2014年六月3日). How Many Millennials, Gen Xers And Baby Boomers Use Facebook, Twitter And Instagram (多少千禧世代, X世代和嬰兒潮世代使用臉書、推特和隨手拍)? [研究]. 取自: http://www.adweek.com/socialtimes/ millennials-gen-x-baby-boomers-social-media/499110.

Boomers Are 'The Most Valuable Generation' For Marketers, Nielsen Report Finds (尼爾森報告發現嬰兒潮世代對行銷人員是最有價值的世代). (2012年八月17日). 取自 http://www.huffingtonpost.com/2012/08/17/marketing-to-boomers-most-valuable-generation\_n\_1791361.html.

Culp, K. (2009年四月). Recruiting and Engaging Baby Boomer Volunteers (招募嬰兒潮世代志工並使他們參與). *Journal of Extension*. 由網址檢索.

Foster-Bey, J., Grimm, Jr.. R., & Dietz, N. (2007年三月). *Keeping Baby Boomers Volunteering: A Research Brief on Volunteer Retention and Turnover (使嬰兒潮世代繼續從事志工: 志工保留與離開簡要研究)*. Corporation for National & Community Service.

Gans, A. (2014年七月16日). 4 Tips for Marketing to Baby Boomers in the Digital Age (數位化時代對嬰兒潮世代行銷的四個秘訣). 取自 http://contently.com/strategist/2014/07/16/4-tips-for-marketing-to-baby-boomers-in-the-digital-age/.

Schiff, J. L. (2014年九月17日). 9 Digital Marketing Strategies to Woo Baby Boomers (吸引嬰兒潮世代的九個數位化行銷策略). 取自 http://www.cio.com/article/2684305/online-marketing/9-digital-marketing-strategies-to-woo-baby-boomers.html.

Wicks, M. (2013年五月15日) Baby Boomer by the Numbers (有關嬰兒潮世代的統計數字). 取自: http://www.mpwicks.com/index.php/blog/comments/baby\_boomers\_by\_the\_numbers.

Wilson, L. B., & Steele, J. (2002年). *Marketing volunteer opportunities to baby boomers: A blue print from the field (向嬰兒潮世代推銷志工機會: 實用守則)*. College Park, MD: Center on Aging, University of Maryland (馬里蘭大學人口老化研究中心).