

*Melhorando a vida de mulheres e meninas através de programas que levam a capacitação econômica e social*

## Soroptimista Internacional das Américas

**Amigas e Família: Comunicando e fazendo *Marketing* Soroptimista**

No livro *Criando Clientes Evangelistas,* os autores falam ao coração sobre alvejar a família e amigas para a associação Soroptimista:

*Você é uma evangelista.*

*Você diz aos outros qual filme assistir, qual computador comprar, qual restaurante visitar, qual dentista você prefere, qual celular comprar, quais livros ler, quais os clubes a participar. Suas recomendações são sinceras. Talvez, apaixonantes.*

*Talvez você não percebeu que é uma evangelista – uma portadora de notícias alegres – mas, a sua esfera de influência, composta por amigos, familiares, colegas, e profissionais da comunidade, percebem.*

(McConnell and Huba, 2002)

Evangelizar é uma estratégia poderosa de boca-a-boca para alcançar a família e as amigas que são sócias em potencial para a Soroptimista. Por sermos bombardeadas com informações e propagandas a partir do momento em que acordamos até a hora de dormir, tendemos a desligar e ignorar a maioria dessas jogadas para nossa atenção. Mas, quando alguém que conhecemos, confiamos, e respeitamos nos dá uma recomendação ou opinião positiva, geralmente prestamos atenção e ouvimos.

De acordo com a Análise Comparativa de Marketing de Associação de 2016 da Marketing General, Inc., a boca é um dos métodos de marketing mais eficazes para a obtenção de novas sócias. Além disso, Nielsen conduziu uma pesquisa de entrevista on-line em 60 países, e descobriu que recomendações de pessoa a pessoa de familiares e amigos ser a ferramenta de marketing mais influente - com 83% dos entrevistados dizendo que é o marketing mais confiável.

Obtendo sua família e amigas envolvidas com a Soroptimista pode ser o método de recrutar mais fácil, econômico e gratificante. Portanto, prepare seus pontos de discussão, e vá em frente!

Confira essas dicas para se comunicar e fazer o *marketing* Soroptismita com sucesso para sua família e amigas:

Antes de fazer o *marketing* para novas sócias, é importante para o clube avaliar sua atratividade para as sócias em potencial através da realização de uma avaliação, ou “exame de saúde.” Assim como as vezes nós não damos valor na nossa própria saúde, os clubes também tendem a não dar valor em sua saúde. Uma avaliação pode fornecer percepções inestimáveis sobre a saúde de um clube, identificando pontos fortes e pontos fracos – e oportunidades para melhoria. Seja honesta sobre os problemas que seu clube precisa corrigir, mas também tenha tempo para reconhecer onde você se sobressai – e compartilhe estas positividades com as sócias em potencial. Uma amostra de avaliação de clube está disponível na seção de associação na área de sócias em [ww.soroptimist.org.\*](http://www.soroptimist.org.*)

Outro passo importante na preparação do *marketing* Soroptimista é ter certeza de que você conheça o que está “vendendo.” É provável que você saiba dos acontecimentos do seu clube, mas não se esqueça que somos uma organização internacional e nosso alcance é global. Certifique-se que o escritório central da SIA tem o seu e-mail atual, para que você possa receber as últimas informações para ter nas pontas dos dedos quando for falar sobre a Soroptimista. Reveja ou atualize seu perfil de sócia em www.soroptimist.org.\*

Para a Soroptimista, a fundação do *marketing* boca-a-boca é ter sócias satisfeitas e felizes que possam contar às outras sobre suas experiências. As sócias devem funcionar como um time, apoiar uma às outras, e o tom do clube deve ser de realização de missão, mas ser também ser divertido. Certifique-se que as sócias espalhem a palavra para sua família e amigas ao comunicar honestamente o que a Soroptimista significa para elas, e como tem melhorado suas próprias vidas. Leve em consideração fazer uma reunião informal de “contar histórias” onde as sócias possam compartilhar experiências e se acostumarem a conversar sobre todos os ótimos momentos que tiveram juntas, e depois use essas histórias como material para conversar com as recrutas. Além disso, use os recursos em www.soroptimist.org\* para promover uma atmosfera de clube feliz, saudável, e civil.

Há muitas maneiras de chegar na família e amigas e falar sobre afiliação a Soroptimista. Pode ser pessoalmente, pelo telefone, por email ou por mensagem. Isso vai depender na verdade do tipo de relacionamento, da distância física entre vocês, e até da sua geração. Lembre-se de se comunicar com diferentes gerações da maneira que elas preferem. Use os recursos de geração em www.soroptimist.org\* para aprender como se comunicar melhor com as *Baby Boomers*, pessoas da Geração X e *Millennials*.

As sócias em potencial – até mesmo da família e amigas – vão pesquisar as companhias, marcas, e organizações que elas entram em contato. Elas vão confiar em você, mas ainda vão querer descobrir mais por conta própria, isto que significa que os clubes precisam ter um site que esteja atualizado e visualmente agradável. Precisa modernizar seu site ou criar um? Experimente usar os Modelos de Site para Clubes da SIA, disponível em [www.soroptimist.org.\*](http://www.soroptimist.org.*)

O Facebook é uma maneira popular de mídia social que está cheio de “amigos” que podem ser parte da sua família também. Na sua página pessoal do Facebook, publique eventos e programas que o clube está fazendo e como suas “amigas” podem facilmente se envolver. Precisa de conteúdo? “Compartilhe” publicações das páginas da SIA e do LiveYourDream.org. Informações, fatos interessantes, fotografias, e vídeos relevantes para a Soroptimista e nossa missão são publicados diariamente.

Voluntariar faz você se sentir bem! As pessoas que se voluntariam são pessoas mais felizes e saudáveis. Sua taxa de mortalidade é baixa, elas têm maior capacidade funcional, e menores taxas de depressão do que aquelas que não são voluntárias. Mantenha um objetivo ao falar para suas familiares e amigas que a associação Soroptimista vai beneficiá-las assim como as mulheres e meninas que servimos!

Suas familiares e amigas estão espalhadas por outras cidades ou até mesmo países? Essa é a vantagem de fazer parte de uma organização internacional! Ajude a encontrar um clube perto de suas familiares e amigas e auxilie a fazer uma conexão. Como alternativa, se não houver nenhum clube por perto, você pode plantar as sementes para iniciar um novo clube, ou direcionar suas familiares e amigas para se envolverem imediatamente com a nossa missão através do LiveYourDream.org.

Coordene uma noite social animada com familares e amigas e use alguns temas para promover o evento, tal como passar um tempo juntas, ter uma noite das meninas, construir e/ou fortalecer seus vínculos familiares, ou criar um legado de serviço.

Não leve isso para o lado pessoal ou tenha medo que suas familiares ou amigas vão dizer não. Uma das principais razões que as pessoas dizem que não se voluntariam é porque ninguém as convida para isso! Apenas convide. Se você ganhar um “não, obrigada,” não tem problema! Perceba que pode ser por inúmeras razões como tempo ou restrições financeiras. Você conhece bem sua família e amigas, então pode ser que você seja capaz de ir direto ao assunto e descobrir por que elas estão hesitantes. Pode ser um simples equívoco que você pode ajudar a esclarecer.

Use o critério descontraído de associação em sua vantagem! Alguns dos sistemas que dividia involuntariamente as sócias e impedia o recrutamento de associações não estão mais funcionando. Já que estamos quebrando algumas barreiras de associação, temos a oportunidade de construir e fazer crescer a Soroptimista para o futuro. Como a associação não é mais baseada em ocupações e classificações, você pode deixar suas familiares e amigas sabendo que desde que apoiem a missão da SIA, elas são podem se tornar sócias.

É importante se concentrar nos valores das sócias em potencial – familiares e amigas incluídas! Sócias em potencial têm nos falado que amizade e companheirismo estão no topo da lista do que elas valorizam quando estão procurando fazer parte de alguma organização. Embora este seja uma característica que você já deva compartilhar com esse grupo de sócias em potencial, os clubes devem estar comprometidos com um ambiente amigável, caloroso, e acolhedor para TODAS as sócias.

Outros principais valores de acordo com a ordem de importância para este grupo foram: estar com outras mulheres da mesma opinião, conexão pessoal com a missão, oportunidades de liderança e desenvolvimento pessoal, e oportunidades de voluntariado. Demonstre esses valores ao:

* Honrar uma mulher com um Prêmio Viva o Seu Sonho.
* Participando do Sonhe, Realize.
* Convidando familiares e amigas para participar de projetos e eventos práticos.
* Usar o recurso Inventário de Capacidade disponível em www.soroptimist.org\* para descobrir quais habilidades as sócias em potencial estão dispostas a usar e desenvolver.

As sócias em potencial nos contaram que a principal razão de se interessarem em se afiliar a Soroptimista é para ajudar melhorar a vida de mulheres e meninas. Novamente, é importante mostrar como seu clube faz isto – através dos Prêmios Viva o Seu Sonho, e o Sonhe, Realize, e outros programas focados em mulheres e meninas que seu clube participa na comunidade. Fale sobre o ótimo trabalho focado em missões que você está fazendo, e mostre para suas famíliares e amigas como elas podem se envolver!

Outras principais razões que as sócias em potencial declararam ter se interessado em se juntar à Soroptimista (de acordo com a importância): para promover oportunidades educacionais para mulheres (Prêmios Viva o Seu Sonho!), para orientar meninas (Sonhe, Realize!), para conhecer pessoas em suas comunidades, e para aumentar a consciêntização sobre a violência doméstica. Em sua mensagem, enfatize como seu clube aborda estas questões.

Sócias Soroptimistas em potencial que pesquisaram sobre se associar mas não o fizeram, disseram que a principal razão foi porque ninguém no clube entrou em contato depois de terem incialmente manifestado interesse. Esperamos que os clubes não ignorem seus próprios familiares e amigas! Não importa como elas foram recebidas ou quem sejam, sempre dê continuidade em todas as derivações. Faça uma ligação ou envie um email. Dê as sócias em potencial um ou dois dias para responderem – mas não hesite em dar continuidade novamente. Faça com que elas saibam que são importantes ao contar mais sobre a Soroptimista, e em seguida, as convide-as para se afiliarem!

Finalmente, uma ótima maneira de introduzir a missão e os objetivos da Soroptimista para suas amigas e familiares é incentivá-las a visitar, se inscrever, e se tornar parte do LiveYourDream.org. Esta é uma maneira eficaz para estabelecer uma conexão com a Soroptimista, onde as sócias em

potencial podem encontrar mais informações e se voluntariar de acordo com seus próprios termos. A nossa comunidade online pode definir o cenário de entrada na associação do clube para as pessoas que você conhece!

**\*Precisa de ajuda para encontrar os recursos em www.soroptimist.org? Entre em contato com a sede em siahq@soroptimist.org ou ligue para 215-893-9000.**

*Fontes e referências:*

Benefits of Volunteering. (n.d.). Retirado de http://www.nationalservice.gov/serve-your-community/benefits-volunteering.

McConnell, B. and Huba, J. (2002). *Creating Customer Evangelists: How Loyal Customers Become a Volunteer Sales Force.* Chicago, IL. Dearborn Trade Publishing.

Schonher, E. Adina Wasserman, A., Rossell, T., Tranguch, J., and Smith, R. *2014 Membership Marketing Benchmarking Report.* Washington, DC: Marketing General Incorporated.

[Under the Influence: Consumer Trust In Advertising](http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2013/under-the-influence-consumer-trust-in-advertising.html). (September 17, 2013). Retrieved from http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2013/under-the-influence-consumer-trust-in-advertising.html.