

*Melhorando a vida de mulheres e meninas*

*através de programas sociais que levam ao*

*capacitação econômica e social.*

## Soroptimista Internacional das Américas

Best for Women, Edição 1, 2017: O Melhores Clubes Revelam suas Histórias de Sucesso da Campanha Todos a Bordo da Associação

Por Nicole Simmons, Gerente de Desenvolvimento de Associação e Liderança

Como sócias, você é o coração de nossa organização! Dentro de seus clubes, vocês realizam a nossa missão todos os dias, e estão fazendo uma diferença em suas comunidades e através do mundo. Mas, imagine quanto mais vidas poderíamos tocar se tivéssemos ainda mais sócias. O quanto mais Soroptimistas temos, melhor é a nossa capacidade em aumentar o nosso impacto coletivo para mulheres e meninas carentes!

Para ajudar aumentar o seu impacto, em 2015 foi lançada a campanha Todos a Bordo da Associação. Na SIA inteira, clubes trabalharam para aumentar a sua associação e adicionar novos clube com um renovado sentido de entusiasmo e trabalho em equipe.

Durante o nosso último ano fiscal (AF 15/16) nós vimos sucesso por alcançar 3.761 novas sócias (um aumento de 1 por cento sobre AF 14/15) e 22 clubes novos foram formados (um aumento de 38 por cento)!

Curiosa sobre como os clubes puderam acrescentar novas sócias? Nós também estávamos! No final da primeira fase da campanha perguntamos aos melhores clubes em cada região a compartilhar o segredo de seus sucessos. Aqui está o que nós disseram:

**Oeste Áureo: SI de Gold Canyon, AZ, USA—57 por cento de aumento em novas sócias**

Melody Higgins, Presidente de Clube 2015-2016, compartilhou várias maneira pelas quais aumentaram sua associação. Artigos mensais foram enviados e publicados no jornal sobre eventos e angariações de fundos, e convidados foram colocados em uma lista de distribuição e convidados a comparecerem. Ex-sócias e colegas de trabalho foram convidadas a se afiliar ao clube. Um enfoque maior foi dado em fazer seguimento com possível sócias, o qual incluiu formação de relacionamentos começando com um telefonema, depois encontro para um café ou lanche, etc. antes de perguntar se elas estavam interessadas em se afiliar ao clube. A SI Gold Canyon usou um processo em sua web site para receber perguntas, e depois fez seguimento para engajar possíveis sócias. A equipe de comunicação do clube também se envolveu compartilhando eventos com detalhes e fotos na página do Facebook do clube. Ainda, depois que as novas sócias se afiliaram, as sócias do clube implementaram um plano de boas vindas e orientaram as novas sócias oferendo mentores e orientação. Finalmente, o clube fez uma avaliação. “Isto nos ajudou a reconhecer as áreas para mudança ou melhoramento”, disse Melody. A avaliação nos mostrou três áreas de melhoramento: sendo mais transparente e oferecendo todas as sócias acesso ao documentos do clube, tais como estatutos e relatórios da tesoureira; oferecendo mais reconhecimento e elogio as sócias; e mudando o lugar de suas reuniões para eliminar custo de refeições. Através da realização da avaliação de clube, as sócias atuais estão envolvidas e oferecendo respostas para criar um saudável ambiente de clube.

**Japão Higashi: SI Kokubunji, Japão— aumento de 33 por cento em novas sócias**

Com ajuda do Escritório da Região Japão Higashi, a Presidente de clube de 2015-2016, Kiyoko Takada, comunicou as estratégias bem sucedidas usadas pela SI Kokukunji. O clube realizou vários eventos, por exemplo, concertos beneficentes, bazares, e festas de amizade para atrair novas sócias. Além disso, elas usaram a comemoração do aniversário de 20 anos do clube como uma ferramenta de marketing para promover a sua longevidade na comunidade. Recrutamento de novas sócias foi feito por cada sócia, as quais direcionaram seus esforços em alcançar parentes, conhecidos de outras organizações e, ou, comunidades, ex-sócias e artistas do concerto beneficente. “Cada sócia sempre procura sócias em potencial que gostariam de se unir as atividades de nosso clube, seja em seu lugar de trabalho, outros grupos de voluntários, amigos e conhecidos,” disse Kiyoko. Ademais, elas mostraram hospitalidade e dedicaram tempo durante as suas reuniões de clube para explicar os procedimentos, para que assim as novas sócias pudessem facilmente entender e seguir a reunião.

**Japão Minami: SI Miyazaki-Higashimoro, Japão— aumento de 43 por cento em novas sócias**

SI Miyazaki-Higahimoro comunicaram suas estratégias de recrutamento com a ajuda do Escritório da Região Japão Minami. O clube abordou o recrutamento conversando com sócias em potencial diretamente uma-a-uma, e produziu um folheto de clube que introduzia a Soroptimista e as atividades do clube. O clube criou um slogan para aumentar afiliação que foi incluído no seu marco aniversário: “Comemoremos o nosso aniversario de 20 anos com 20 novas sócias”. Sócias em potencial foram convidadas a assistir reuniões mensais, para que como convidadas elas, elas pudessem conhecer as sócias e ver o ambiente do clube. O clube também usou conscientização pública. “Nós usamos o rádio. Estávamos no ar e tivemos uma boa oportunidade para introduzir nossas atividades,” disse Reiko Murata, Presidente do Clube de 2015-2016. Além disso, o concerto beneficente do clube envolveu muitas pessoas na comunidade e empresas locais, o que resultou em seis novas sócias! Assim que as novas sócias se uniram, elas foram acolhidas em várias festas e eventos durante o ano. O clube também considerou o tempo das novas sócias, encorajando-as a se envolverem e participarem do clube o tanto o quanto a agenda pessoal delas as permitisse.

**Centro-Oeste: SI Fremont, OH, USA— aumento de 20 por cento em novas sócias**

Si Fremont adotou o método de convidar amigos e contatos de negócios para suas reuniões. Depois, o seu comitê de associação ficou incumbido de fazer seguimento com cada sócia em potencial, que mais tarde se tornaram sócias do clube. A Presidente do Clube de 2015-2016, Paula Heckel, disse, “Muito simples, não evento formal ou campanha de marketing. Nós realizamos uma avaliação de clube no final de 2015, e baseado no feedback, começamos implementar algumas mudanças”. Aquelas mudanças envolveram preocupações sobre obrigações financeiras (não aumentar as taxas do clube e orçamentar fundos para apoiar projetos de serviço); a necessidade para uma maior visibilidade na comunidade (participaram em eventos comunitários, atualizaram sua website usando o modelo da web da SIA, e se tornaram mais ativas na sua página do Facebook); recrutamento de sócias (cada sócia é encorajada a trazer convidadas, e membros do comitê fazem o seguimento com elas); e promovendo um ambiente de clube amigável (distribuição de assentos em formatos diferentes e incluíram em suas reuniões atividades de fortalecimento de grupo).

**Norte Atlântica: SI The Adirondacks, NY, USA— aumento de 24 por cento em novas sócias**

“As nossas sócias são o nosso melhor recurso de recrutamento de novas sócias. Nossa reunião mensal acolhe convidadas das sócias, e mulheres que ouviram sobre nós e estão interessadas no que fazemos”, disse Alice Crotty, Presidente do Clube de 2015-2016. Ela também relatou ter compartilhado com o comitê de associação do clube todos os e-mail e informações da campanha Todos a Bordo da Associação enviados pela sede da SIA. Outra estratégia que a SI The Adirondacks usou foi acolher cada convidada oferecendo a cada uma um pacote com informação. O pacote continha detalhes sobre o clube, destacando especificamente os seus muitos projetos e programas, e como as sócias em potencial poderiam se envolver.

**Rocky Mountain: SI Cody, WY, USA— aumento de 29 por cento em novas sócias**

As vezes, tudo o você precisa fazer é perguntar pessoalmente. E exatamente isto que a SI Cody usou em sua estratégias para obter novas sócias – elas convidaram qualquer e todas pessoas que elas conheciam a comparecer ao seu almoço anual de recrutamento e aos seus eventos noturnos de recrutamento! De acordo com Presidente de Clube de 2015-2016, Lyn Anglesey, “Nós estávamos presentes na comunidade e envolvidas em muitos projetos. Fazendo este trabalho direto, levou a mais sócias em potencial se tronarem interessadas na Soroptimista. Ela também mencionou que enquanto nem todas sócias em potencial que vieram a um evento se afiliou, elas indicaram que poderiam se afiliarem no futuro. Apesar disso, cada uma delas

ficou sabendo sobre a missão da SIA e fizeram conexões com as sócias. A SI Cody também homenageou e reconheceu suas sócias veteranas por seu serviço e o pronto engajamento com novas sócias. Coordenadoras de comitês pessoalmente fizeram contato com cada nova sócia e a maioria delas participaram em um ou mais projetos.

Finalmente, nós também queremos comemorar a **Região Coréia**, a qual nos reconhecemos durante a primeira fase da campanha por ter sido a região com a maior porcentagem de sócias novas e fundadoras (+250 para ser exata)! Durante a 44a Convenção da SIA, 2014-2016, a Governadora Ohran Choe compartilhou o seguinte com relação ao seu sucesso.

**Região Coréia —aumento de 41 por cento em sócias novas e fundadoras**

A Governadora de 2014-2016, Ohran Choe, fez um desafio para adicionar cinco novas sócias a cada clube existente, e fez visitas pessoais aos clubes da região que tinham pouca atividade de recrutamento para encorajá-los a crescer. A região também estabeleceu SEIS clubes novos, tais como um com as refugiadas da Coréia do Norte e um com três gerações de mães, filhas e netas. A Governadora Ohran mencionou que os novos clubes formados tem um clube irmão/mentor e estão focalizados em nossos Programas Sonhos. O envolvimento de sócias também foi destacado na Região Coréia. A Governadora Ohran estimulou os clube a terem reuniões mensais divertidas e significativas para poder atrair novas sócias. Orientação e treinamento de liderança foram fornecidos, e sócias foram encorajadas a compartilhar suas experiências umas com as outras. Vários eventos nacionais foram organizados, tais como competição beneficente de golfe, escala de montanha, concertos, bazar e leilão. Estes eventos ajudaram angariar fundos e ofereceram oportunidades para sócias fortalecerem seus relacionamentos umas com as outras.

Em todo, estas estratégias acima ajudaram unir e aumentar a camaradagem entre as sócias atuais, e ao mesmo tempo, atrair novas sócias na SIA inteira. Parabéns e obrigada a você, e a todos os nossos clubes, por reconhecerem a importância do recrutamento de novas sócias e a adição de novos clubes!

Enquanto estamos concluindo a segunda fase da campanha Todos a Bordo da Associação, e perto da terceira fase, pense sobre como o seu clube pode usar uma ou mais destas estratégias para recrutar sócias, ou até mesmo estabelecer um novo clube. Pode ser que você terá uma melhor prática para compartilhar no final da campanha!