

Relations publiques de club

On requiert que le club mènent des initiatives de relations publiques positives auprès de la collectivité, ainsi qu'avec les médias.

Le club sera encouragé à parrainer des réunions auxquelles le public sera invité.

Les relations publiques cibleront plusieurs audiences : les médias, les autorités locales, la communauté des affaires, les leaders et associations de la collectivité ainsi que les membres potentiels et les personnes directement concernées par les actions du Rotary.

1. Responsabilités des Membres dans la promotion du Club

Inciter les membres à aider le club à être plus visibles dans la collectivité en informant personnellement autrui de ce qu'est le Rotary et de ce qu'il accomplit, afin d'accroître la portée du Club donc du Rotary et d'obtenir sa croissance.

2. Promotion des actions et activités de club

On s'attend à ce que le club bénéficie d'une promotion pour les actions réussies illustrant les objectifs et accomplissements du Club.

L'expérience a montré que les reportages sur les initiatives rotariennes suivantes sont le plus efficacement médiatisés :

1. Bénévoles hors du commun
2. Interaction entre les populations des pays développés et moins avancés
3. Actions locales du Rotary et/ou de la Fondation Rotary
4. Participants des programmes d'échanges du Rotary tels que les Échanges de jeunes, les boursiers et les EGE
5. Témoignages provenant de bénéficiaires du Rotary sur les initiatives humanitaires
6. Activités PolioPlus, particulièrement dans les régions d'endémie de la poliomyélite.

Nous essayerons donc de décliner les points précédents en actions spécifiques et cela avec le concours de l'ensemble des membres du club.

3. Relations des clubs avec les médias

Le club doit communiquer en direction du public pour partager ses accomplissements avec les médias locaux. Ceci peut être effectué en choisissant les cibles médiatiques, en élaborant une liste des médias et en contactant les organes appropriés par le biais d'un communiqué de presse. (Nous comptons choisir 3 organes pour la presse écrite et 2 pour la presse audiovisuel)

De plus, des journalistes seront conviés au club pour présenter des exposés abordant le rôle des médias...

4. Formation Relations publiques pour les dirigeants du club

Le club sera encouragé à rechercher des ressources parmi l'effectif pour former les dirigeants à des techniques efficaces sur lesquelles se reposer lors des contacts et interviews des journalistes. On se doit aussi d'inclure un segment sur les relations publiques dans toutes les formations au leadership de club.

5. Relation Avec le magazine du club

Le club encouragera les membres à partager avec des non-Rotariens leur exemplaire d'un magazine du rotary en l'occurrence celui du club, l'idée pourra être par exemple abonner au magazine le rédacteur

en chef d'un journal local qui n'est pas Rotarien ; placer le magazine dans des bibliothèques et transmettre aux rédacteurs des suggestions d'article ainsi que des nouvelles des activités du club.

6. Relations publiques défavorables

Le club doit prendre des mesures pour prévenir ou corriger toute attitude dans la communauté ou conditions au sein du club qui pourraient être néfastes à la réputation du Club et affecter son efficacité. Si une opinion publique négative est causée par des perceptions erronées de l'objectif du Rotary et de ses actions, le club doit réagir pour la rectifier par des efforts relationnels dirigés vers le public et des tentatives d'amélioration des relations avec la collectivité.

7. Relations publiques négatives : intervention du gouverneur

Lorsqu'existe une situation de crise ou que survient une difficulté pouvant affecter d'autres clubs ou le R.I., le club doit demander conseil au gouverneur qui sera prévenu dans les meilleurs délais afin qu'un travail en collaboration soit mené pour gérer le problème. La responsabilité incombe au gouverneur de prévenir ou remédier aux crises de communication et d'en informer le secrétaire général. Ce dernier soutiendra le gouverneur, tenant informé le président et le conseil d'administration, leur communiquant les points nécessitant éventuellement étude et prise de décision.

8. Conférenciers locaux

Encourager le club à mettre à disposition de divers organismes locaux des intervenants pouvant s'exprimer efficacement au sujet du Rotary.

9. Utilisation du whatsapp Groupe

Les publications sur le groupe whatsapp public du club devront être orientées informations Rotariennes, informations d'utilité publique, message urgent, informations à caractère sociales.

Les informations à caractère politiques et où religieux sont à proscrire toutefois si dans ces informations se trouvent des éléments à caractère utile, urgent et bénéfique à la majorité des membres alors une dérogation sera faite.

10. Gestion des pages de réseaux sociaux

Les membres du club s'engagent à s'abonner aux différents canaux de communication du club notamment Facebook, whatsapp, LinkedIn, YouTube et le site web du club, ils s'engagent aussi à y contribuer en commentaire en réactions et en partage.

11. Dispositions générales

Les membres du club s'engagent à suivre et à respecter le critère des quatre questions dans toutes leurs interactions avec l'ensemble des canaux de communication du club.