



SOROPTIMIST

Best for Women

Manual de Extension

Abril de 2008

CONTENIDO

INTRODUCCION	2
PASO #1: REALIZAR UNA EVALUACION DEL CLUB.....	2
PASO #2: SABER LO QUE ESTAS VENDIENDO – Y CREER EN ESO.....	3
PASO #3: IDENTIFICAR PROSPECTOS	5
PASO #4: HACER CONTACTOS.....	7
PASO #5: RETENER A LAS SOCIAS NUEVAS	9
RECURSOS Y HERRAMIENTAS DE RECLUTAMIENTO	10
RELACION DEL PLAN DE RECLUTAMIENTO.....	10
CONCLUSION	11

INTRODUCCION

La importancia de Soroptimista hacia la mujeres alrededor del mundo se plasma através de nuestra habilidad de responder a las necesidades de hoy, mientras planeamos el futuro, la diversidad de nuestro trabajo desde construir refugios hasta proveer fondos para mujeres que han sido victimas de desastres naturales, se refleja en los 19 países que comprende nuestra membresía, como el estatus de mujeres y niñas tiene cambios en el mundo, también nuestros programas—asegurando que somos verdaderamente una organización de mujeres con lo mejor ayudando a otras mujeres a ser lo mejor.

En lo individual, los Clubes Soroptimistas son tan diversos como nuestra membresía. La meta de los clubes es llevar a cabo nuestra misión, tratando que la membresía sea conveniente y apropiada dentro de la realidad del ambiente actual, incluyendo el incremento de la demanda de planes. Reclutar nuevas socias dentro de este ambiente que sostendrán los clubes, así como guiarlos al futuro, es considerado como el reto principal de los clubes. La intención de este manual es la de guiar a los clubes a un proceso de reclutamiento, ofreciendoles ideas y recursos que puedan usar para desarrollar un plan apropiado para las necesidades del club.

Por favor, tengan en mente mientras leen este manual, que estas sugerencias son solo—sugerencias. Este manual no intenta ser una regal para que la sigan los clubes. Considerando la diversidad de los clubes Soroptimistas, es imposible crear un modelo unico de reclutamiento. Aunque este manual sea comprensivo, lo es, pero no significa que deba llevarse al pie de la letra. Todos los días los clubes tienen nuevas e inovadoras ideas y proyectos para el reclutamiento. Los clubes deben usar este manual como un punto de partida para crear un plan de trabajo y las invita a incorporar la mayor flexibilidad posible en sus practicas de reclutamiento.

PASO #1: REALIZAR UNA EVALUACION DEL CLUB

Antes de presentarnos ante nuevas socias, es importante que el club muestre sus atractivos a sus prospectos realizando una evaluación. Así como algunas veces tomamos nuestra salud a la deriva, los clubes tienden tambien a hacer lo mismo, que los puede llevar a comercializar un producto falso. Piensa en tu club por unos minutos y ve si reconoces algunos de los siguientes sintomas:

- ¿Esta experimentando tu club una leve baja de involucramiento de socias?
- ¿Se han vuelto rutinarias las reuniones del club?
- ¿Esta tu club encerrado en tradiciones y no están dispuestas al cambio?
- ¿Encuentran ustedes que es mas difícil atraer y conservar nuevas socias?
- ¿Hay algun deseo genuino de traer nuevas socias, especialmente si son de algun modo diferentes a las socias actuales?
- ¿Son los procedimientos de tu club complicados para traer nuevas socias o causan retrasos?
- ¿Son las mismas pocas socias las que hacen todo el trabajo?

Si tu club esta pasando por lo escrito anteriormente, es el tiempo de dar un paso atras e identificar las areas que necesitan un nuevo enfoque. Una evaluación puede proveer invaluable ideas a un club para identificar sus fuerzas, debilidades y oportunidades para mejorar a la vista

de todas las socias, no solo a las lideres del club. Lo que las socias valoran cambia con el tiempo y obliga al club a adaptarse.

Un ejemplo de evaluación del club, esta disponible en la sección de membresía en el area de www.soroptimist.org se les invita a los clubes a modificar, agregar o eliminar preguntas basadas en areas especificas de su interés. Es importante que a los clubes no les de pena hacer preguntas que pudieran poner en tela de juicio practicas viejas arraigadas en su cultura, como horarios de sesiones, programas antiguos que no se enfoquen a mujeres y niñas y mociones preconcebidas acerca de la elegibilidad de las socias basadas en profesión, ocupación o edad.

Una vez que el club ha identificado las areas de evaluación y ha desarrollado la forma, aquí hay algunas ideas para conducirla:

- Asigne una coordinadora evaluadora neutral, una socia que no este en la mesa directiva ni tenga puesto de liderazgo para que dirija la iniciativa.
- Incluya a todas las socias en la evaluación, enviando por correo postal o electronico la forma.
- Cuando se envíe la forma, se debe incluir un sobre con estampilla para aumentar el numero de respuestas.
- Solicitar a las socias contestar todas las preguntas lo mas ampliamente posible.
- Asegurandole a las socias que toda la información es confidencial o anónima, a menos de que ellas elijan lo contrario, anímenlas a que sean honestas y directas y que propongan ideas adicionales.

El resultado de esta evaluación puede ayudar a los clubes a determinar que los ha detenido para alcanzar sus objetivos y que se debe hacer para contrarestar estos obstaculos, por ejemplo: Si la evaluación revela que la mayoría de las socias sienten que los proyectos del club no promueven la misión Soroptimista, el club debe de considerar eliminar los programas y tartar otros nuevos.

Una evaluación anual, le da al club una estructura en la cual las socias pueden crear un plan para un cambio positivo que incluya iniciativas revitalizadas de reclutamiento. Evaluando continuamente y adoptando proyectos y practicas, el club mantendrá el interés de las socias actuales y atraerá nuevas socias.

PASO #2 SABER LO QUE ESTAS VENDIENDO Y CREER EN EL

Despues de aclarar el enfoque e identificar la fuerza mediante una evaluación, un club esta listo para desarrollar un fuerte y conciso mensaje para estar comunicadas con las socias prospecto. Las socias del club saben de los beneficios y recompensas de la membresia Soroptimista y estan mas preparadas para dar un mensaje que de a conocer a las socias prospecto, como se pueden beneficiar al pertenecer a este específico club.

Hay dos partes en la venta: venderte a tí mismo o vender a otros. Antes de vender exitosamente a otros, debes creer en lo que estas vendiendo. Si tu no crees en Soroptimista y en tu club nadie lo hara tampoco, debes ser entusiasta cuando transmitas la valiosa posición de tu club, porque las personas quieren ser parte de un grupo dinámico.

Las mujeres ingresan a Soroptimista porque sienten que la organización les proveera valores en su vida como voluntarias y como mujeres profesionales y de negocios. Una encuesta en

mercadotecnia demuestra que el factor primordial al ingresar a Soroptimista es la oportunidad para una mujer de hacer la diferencia en forma personal en la vida de las mujeres y las niñas en su comunidad y alrededor del mundo, además es importante que todos los clubes se mantengan fieles a la misión Soroptimista y hagan este elemento el enfoque de sus prácticas de reclutamiento.

Un mensaje de reclutamiento no tiene que ser un guión escrito, es más efectivo hacer una lista informal de puntos a tartar que todas las socias puedan referir cuando hablen de Soroptimista. La lista de abajo te ofrece la base para desarrollar los puntos de los cuales vas a hablar a tu club. Los clubes deberán adaptar sus listas para incluir actividades y recompensas específicamente para los clubes y las socias también pueden complementarla describiendo sus experiencias personales.

A continuación se detallan los beneficios de las socias Soroptimistas:

- **DESEMPEÑO:** Trabajar en proyectos que mejoren la vida de las mujeres y las niñas y obtener satisfacción y reconocimiento personal.
- **AMISTAD:** Cultivar relaciones con otras mujeres que tengan intereses y valores similares.
- **DIVERSIDAD:** Conocer y aprender acerca de las mujeres de diferentes étnias y culturas y participar en proyectos que se dirijan a las necesidades de mujeres alrededor del mundo.
- **RED DE TRABAJO:** Asociarse con otras mujeres que representen una variedad de profesiones para facilitar mejores contactos de negocios.
- **LIDERAZGO:** Desarrollar habilidades de liderazgo a nivel club para engrandecerlas en todos los niveles de la organización así como, las capacidades profesionales.
- **ENSEÑANDO:** Localizar mujeres al inicio de su vida profesional y compartir experiencias.
- **CONVENIENCIA:** Pertenecer a una asociación con programas organizados y recursos desarrollados profesionalmente que permitan a la socia concentrarse en un servicio voluntario.
- **SERVICIOS:** Recibir la suscripción THE BEST FOR WOMEN (LO MEJOR PARA LA MUJER), Revista premiada de SIA, acceso a los recursos de salud en el área de membresía www.soroptimist.org, y tomar la ventaja de ofertas especiales y descuentos a través de las organizaciones asociadas a Soroptimista.

Más ideas:

- Modifica tu mensaje para diferentes mercados. Lo que es importante para una prospecto puede no ser importante para otra.
- Es natural que una prospecto cuestione que se espera de ella si se integra a Soroptimista. Los requisitos de cada club difieren, pero todas las socias tienen alguna responsabilidad básica, como participar en eventos y reuniones, ayudar con reclutamiento y pagar cuotas. Sean abiertas con las prospectos acerca del compromiso del tiempo y sus obligaciones financieras del club.
- Si es posible consideren un subsidio o no aplicar cuotas a las socias que están pasando por problemas financieros.
- Haz que el compromiso del tiempo sea menos intimidante invitando a socias potenciales a familiarizarse con Soroptimista, participando en proyectos de corto tiempo antes de ingresar.
- En todos los contactos con socias potenciales, sé rápida al compartir tu conexión Soroptimista pero evita ser insistente. A nadie le gusta sentirse presionada para ingresar. La mejor forma de generar interés es dejar que tu satisfacción y desempeño hablen por ti.

- Cuando comuniqués tu mensaje, recuerda que no debes asumir que el público conoce Soroptimista y a tu club, aunque tu club tenga 80 años de historia no garantiza que las personas sepan que es una Soroptimista, aun aquellos que estén familiarizados con Soroptimista pueden no saber que hace actualmente tu club para mejorar la vida de mujeres y niñas en tu comunidad y alrededor del mundo.

Comprendiendo los grandes beneficios que ofrece Soroptimista, estando preparada para hablar de ellos con conocimiento, complementándolo con historias personales y experiencias, es un acercamiento efectivo y comprensivo para comunicar el valor de la membresía.

PASO #3 IDENTIFICANDO PROSPECTOS

Ahora que sabes lo que estás vendiendo, es más fácil determinar a quien se lo vas a vender. Buscar prospectos es un proceso para identificar personas que pudieran ser atraídas a la misión Soroptimista con nuevas ideas, entusiasmo y las habilidades necesarias para la organización.

¿Quién es elegible para ser Soroptimista?

¿Como los clubes disponen a identificar sus prospectos?, a menudo surge la pregunta, ¿a quien exactamente se permite invitar para ingresar a Soroptimista?, un respuesta inicial y fácil la provee las leyes de SIA:

Artículo IV secc. 2 de la Constitución de Soroptimista Internacional dice:

“Sección 2. (i) Elegibilidad de membresía de Soroptimista Internacional una mujer deberá:

estar trabajando en una profesión o negocio o en una ocupación comparable, o con responsabilidades iguales a las de una persona que trabaja en una profesión o negocio (socias regulares), o

recientemente retirada temporal o permanentemente de su profesión, negocio o de una ocupación de estatus comparable o responsabilidades iguales a las de una persona que trabaja en una profesión o negocio (socias retiradas/desempleadas), o

Lanzamiento en una carrera, en una profesión, negocio u ocupación de estatus comparable o responsabilidades iguales a las de una persona que trabaja en una profesión o negocio.”(socias por lanzamiento de carreras)

Como es del conocimiento de los clubes, sin embargo, los tiempos cambian—y los cambios en las socias potenciales—nos han orillado a detenernos y pensar en el significado de las leyes para determinar quien es elegible. Invitar socias que sean productivas y dedicadas, vale más que hacer una comparación de los requisitos incluidos en los documentos que nos rigen. Vale la pena analizar las leyes y darnos cuenta como los esfuerzos de reclutamiento puedan ser expandidos en su significado e intención.

Profesionistas y de negocios

Muchos clubes piden específicamente la claridad de la frase “Profesionistas y de Negocios”, como dice en las leyes. Se entiende porque los clubes buscan una guía en esta área, para determinar que constituye una profesionista o de negocios, puede ser un tema complicado aun si fuera posible una lista global de títulos y ocupaciones considerando todas las categorías, la lista no estaría actualizada en forma inmediata, ya que las mujeres se involucran en nuevos y diversos

campos en su vida profesional; los títulos continúan siendo más y más selectivos en las Industrias en que trabajan, no siempre dentro de las categorías comunes y raramente articulando la verdadera capacidad y responsabilidad de la mujer.

¿Porque es tan difícil dar una definición concreta de profesionistas y de negocios?. La Federación autorizó a los clubes a ser flexibles en la interpretación de esta frase. En lugar de enfocarse en el título u ocupación los clubes deben buscar el potencial de la socia, como su entusiasmo, ideas, actitudes y habilidades que ayudarían al club. En otras palabras, el enfoque principal de reclutamiento debe ser en las contribuciones específicas que una persona pueda hacer al club y a Soroptimista.

Encontrando prospectos

A continuación, tácticas y recursos para generar prospectos comprometidos:

- **Ex-socias:** Revisar las listas antiguas de socias y selecciona los nombres de las ex-socias que se pudieran interesar en renovar su membresía. Una mayoría de Soroptimistas terminan su membresía por contratiempos. Esto pudo ser una situación temporal o podría ser mitigado disminuyendo el tiempo voluntario que se requiere a nivel club. Estas mujeres creen en la misión Soroptimista y probablemente agradecerían si se les invitara a reintegrarse nuevamente al club. Esta es una de las áreas más importantes y se debe revisar anualmente.
- **Relaciones comerciales:** Ya que Soroptimista es una organización de mujeres profesionistas y de negocios, una de las mejores partes para reclutar socias es su propio negocio. Invita a colegas, socias de tu negocio y vendedoras a alguna junta o evento e invita a las socias a que busquen mujeres en su profesión.
- **Donadoras:** Agrega a tu lista los nombres de las donadoras que han apoyado los eventos de recabación de fondos. Si han llevado a cabo rifas o subastas silenciosas, asegurate de obtener los nombres y domicilios de las participantes. Otro buen recurso son las listas publicadas de contribuyente de caridades que se relacionen con los mismos intereses de tu club.
- **Grupos de mujeres que trabajen sin fines de lucro:** Invita a tus colegas y amigas que estén involucradas en organizaciones profesionales y de voluntariado a que asistan a los eventos para que conozcan más acerca de Soroptimista. Asociarse con estos grupos y trabajar unidos en proyectos comunes, es una forma efectiva de llegar a las socias de organizaciones con ideas similares.
- **Periodicos y publicaciones locales y revistas:** Buscar en los anuncios de negocios que sea propiedad de mujeres que hayan obtenido alguna promoción o elegidas a nuevos puestos; enviarles una carta de felicitación, describe a Soroptimista e invítalas a la próxima sesión.
- **Camara de Comercio:** En la Camara de Comercio local, encontraras el directorio en donde aparecen los negocios que pertenecen a mujeres.
- **Feria de exposiciones y eventos de la comunidad:** Instala una mesa, expón literatura a la vista y solicita tarjetas de negocios para que puedas agregar nombres a tu lista. Ofrece un premio como incentivo para acercar prospectos. (para obtener más ideas de como hacer una exhibición ve la guía en la sección de conciencia pública en el área de socias www.soroptimist.org). El voluntariado en estos eventos es una magnífica forma de hacer contactos y elevar el perfil de tu club en la comunidad.
- **Contactos personales:** Solicita a las socias que difundan la palabra Soroptimista dentro de la asociación de padres y maestros así como tus familiares.
- **Ganadoras de algún premio:** Mujeres que hayan recibido algún premio de Soroptimista, algunas veces desean devolver lo que han recibido de la organización incluyendo, las

premiadas de Somos Factor de Cambio, invítalas a que ingresen. Las jueces que han participado en estos programas también son candidatas ideales.

Otras sugerencias:

- Invita oradoras que han participado en eventos de tu club para que se integren a la organización. Llevar a cabo, para su orientación una junta anual de prospectos.
- Mantener un archivo de los nombres obtenidos para en caso de aclaración.
- Asigna a una persona de la lista como secretaria o a la coordinadora de membresía.

PASO #4 HACIENDO CONTACTO

Ahora que tú ya tienes la lista de prospectos potenciales, es tiempo de hacer contacto. A continuación te damos algunas opciones para llegar a estas.

CORREO ELECTRONICO: El correo electrónico es un método económico de comunicación y muy a menudo se comenta que es el preferido de las profesionales, sin embargo, a alguna de las prospectos la pudiera detener si esta deseara un contacto personal. Cuando se recluta el correo electrónico se puede usar para complementar otros tipos de contacto, por ejemplo, para invitar socias prospecto a una junta y después llamarles por teléfono.

- Usos: Invitación a ingresar, invitación a una junta, confirmación de asistencia, seguimiento de la junta y a un correo electrónico.
- Ideas o sugerencias: Obtener correos electrónicos que puedan usarlas líderes de los clubes durante sus funciones y deben pasarlos a las entrantes, esto puede ayudar a que la comunicación no se pierda.

CORREOS: Aunque el correo directo se perdiera, por la gran cantidad de correo que reciben las profesionistas y las mujeres de negocios, pueden crear interés entre muchas socias prospecto sin que esto parezca una intromisión. Para que cualquier correo sea efectivo, los clubes deben mantener cuidadosamente su lista de correos para asegurar que los materiales lleguen a las personas apropiadas. La información de contactos deberá estar al día y las prospectos que no estén interesadas, deben ser eliminadas.

- Usos: Para dar amplia difusión y promoción de membresía a la junta que se llevará a cabo con las prospectos que se tengan en contacto.
- Idea: Personalizar el correo directo y cartas cuando sea posible.

PROPAGANDA: como en los correos, la propaganda puede crear interés entre un gran número de socias prospecto, pero es impersonal, sin embargo, la propaganda puede complementar el correo directo y localizar prospectos que aún no han sido contactados.

- Usos: Promoción y difusión para un evento o una junta.
- Idea: Cuando se considere la compra de propaganda, adelantate a las líneas tradicionales como los periódicos. La propaganda en línea puede aumentar el tráfico en la red de un club y esto puede determinar el éxito del anuncio.

LLAMADAS TELEFONICAS: Las llamadas telefónicas pueden ser efectivas, porque le dan a la organización una identidad personal en la forma de que una persona puede contestar preguntas y demostrar entusiasmo. Las llamadas también serían una retroalimentación inmediata, así mismo, la que llama puede identificar las necesidades específicas de la prospecto.

- Usos: Invitación a ingresar, invitación a una sesión, confirmación de asistencia, seguimiento a una sesión y a un correo electrónico.
- Idea: Un seguimiento por teléfono a una campaña de correo electrónico puede aumentar la respuesta de un 3 al 10%.

CARA A CARA: Invitando a prospectos a una reunión, ya sea una junta programada regular o un evento de reclutamiento, es una de las formas más efectivas para educar a las socias potenciales acerca de la actuación Soroptimista en la comunidad y los beneficios de la membresía. Cuando se realiza un evento basado en reclutamiento es mejor darlo a conocer como un evento para mujeres en su comunidad y para demostrar el valor que la afiliación Soroptimista les puede otorgar.

Ideas para llevar a cabo un evento efectivo de reclutamiento.

- Iniciar la planeación con anticipación por lo menos tres meses antes del evento.
- Dedicar una junta de club para documentar y solicitar a las socias traer listas de invitadas potenciales.
- Se debe considerar en llevar a cabo ceremonias de premiación conjuntamente con el evento. Esto demostrará a las socias prospecto que el club valora y premia la participación y el esfuerzo.
- Llevar a cabo el evento corto, informativo e interesante y no saturarlas con mucha información.
- Crear una presentación breve en Power Point para que la oradora la utilice como un auxiliar visual. Una presentación de membresía como ejemplo está disponible en la sección de membresía en el área de socias www.soroptimist.org.
- Elige la fecha y hora que sea más conveniente para tu objetivo. Asegúrate de acomodar los horarios de las mujeres que trabajan durante el día o quienes tengan niños que atender. Evita los días de fiesta.
- Elige un lugar accesible y evita las áreas públicas en donde la junta o reunión pudiera ser interrumpida.
- Elige a una socia como contacto para la reunión, para que todas las preguntas y reservaciones puedan dirigirse a una sola persona.
- Envía invitaciones por lo menos un mes antes de la reunión. Asegúrate que tus invitaciones incluyan que, cuando y como y solicita que confirmen su asistencia (RSVP). Si toda la información está ahí, las asistentes no tendrán que buscar información adicional, únicamente tendrían que hacer su reservación (RSVP) y presentarse.
- Que las invitadas sepan que pueden invitar a una amiga. Nuevas prospectos podrían sentirse más cómodas si vienen con otra invitada.
- Antes del evento, envíale a las socias por correo electrónico una lista de asistentes para que sepan quien estará presente.
- Baja de la computadora o solicita material Soroptimista para distribuirlo: Folletos, tarjetas personales y algunos regalitos para dar las gracias y al mismo tiempo sirva como un recuerdo Soroptimista.

- Hacer gafetes con los nombres para todas, que indique socia o invitada.
- Que todas las invitadas firmen al llegar.
- Iniciar y terminar a tiempo.
- Pedir a cada asistente se presente y describa brevemente que hace.
- Solicitar a las asistentes sus tarjetas de presentación para que al final se haga una rifa.
- Invitar a los prospectos a que ingresen. Ten formatos disponibles en la reunión para socias prospecto. Un ejemplo del formato de las socias prospecto esta disponible en la sección de membresía en el area de socias www.soroptimist.org.
- Dar seguimiento después de la junta con una llamada telefónica, un correo electrónico o una carta.

Ejemplo de las cartas de invitación y seguimiento están disponibles en la sección de membresía en el area de las socias www.soroptimist.org. Ideas que puedes utilizar al preparar tus cartas.

- Mantén la comunicación corta y concisa—no más de una página.
- Dirige las cartas hacia tu audiencia. Si alguna socia prospecto ha sido recomendada por una socia o esta familiarizada con Soroptimista, la carta debe tener un tono diferente a una que se envía a la prospecto menos familiarizada con Soroptimista.
- Envía las cartas en papel con membrete Soroptimista.
- Analiza tus cartas detenidamente.
- Destaca las frases como “Solo por invitación” y “Tu has sido seleccionada”. Esto aválala el mensaje que la invitada ha sido escogida y no solicitada de una audiencia general.
- Incluye una llamada de acción, solicitando una respuesta directa a la mayor brevedad.
- Envía cartas de parte de la presidenta del club o de la coordinadora de membresía

PASO #5 RETENCION DE MEMBRESIA

Los primeros tres años son cruciales para una socia Soroptimista, este tiempo en la Carrera Soroptimista de las socias son importantes dos razones: Primero, es el momento más importante para crear lealtad. Segundo, éste es el tiempo en el que muchas socias terminan su membresía. Los clubes deben mantener informadas a sus nuevas socias, estar en contacto con ellas y animarlas a participar para aumentar las posibilidades de la nueva socia a ser una Soroptimista comprometida.

- **Educación de la nueva socia:** Educa a las socias en cuanto se inicien para que se sientan integradas a la organización. Háblale a las socias de la cultura individual del club, historia, programas y eventos e invítalas a que sean parte del programa de mentoras de S I A. (información de éste programa se encuentra en la sección de membresía www.soroptimist.org).
- **Involucra a las socias desde su inicio,** es mas fácil que las socias valoren su membresía si están involucradas activamente en los programas y eventos. Al motivar a las nuevas socias a que se involucren ellas tendrán mayor interés en los sucesos del club y así reforzarán su compromiso al club y a la misión Soroptimista.
- **Retroalimentación a nuevas socias:** Una vez que la socia haya entrado a la organización, no dejes caer la comunicación. Mantenerse en comunicación con las nuevas socias através de llamadas telefónicas o correos electrónicos, les demostrará que las valoramos. También, invita a las nuevas socias a reunirse de vez en cuando con la mesa directiva y algunas otras lideres durante los primeros 90 días de su ingreso. Sus opiniones darán nuevas perspectivas

al club. Finalmente desarrolla una encuesta de socias nuevas y pideles que la completen después de sus primeros seis meses de su ingreso, esto demostrará que tan eficiente es tu club en comprometer a las nuevas socias. Un ejemplo de esta encuesta esta disponible en la sección de membresía en el area de socias www.soroptimist.org.

HERRAMIENTAS Y RECURSOS PARA RECLUTAMIENTO

La red Soroptimista ayuda a las socias más que nunca a interactuar, ordenar articulos de venta, registrarse para convenciones y conocer mas la historia de nuestra organización. Visita la sección de membresía en el area de socias www.soroptimist.org, para acceder a las siguientes Herramientas y recursos.

- "El DVD Soroptimista ayudando a mujeres y niñas a vivir sus sueños", folletos y prendedores "viviendo sus sueños", pueden utilizarse para concientizar y ayudar en los esfuerzos del reclutamiento. (tienda Soroptimista).
- Formatos ejemplo, encuestas, cartas y presentaciones pueden bajarse de la red y adecuarse a las necesidades de tu club. Membresía recursos e información.
- Revisar nuestra presentación general de mercadeo para ideas en herramientas y técnicas para usarse con prospectos de diferentes edades. Membresía recursos e información.
- Soroptimist 101, es una herramienta para educar a las nuevas socias acerca de la organización. Membresía recursos e información.
- Varias hojas informativas acerca de programas Soroptimistas, estan disponibles para bajarlas en la red (espacio de noticias).
- Visita el foro en la red para ver lo que otros clubes estan haciendo para reclutar socias. Utiliza el directorio del club para contactar clubes y preguntar que hacen. (conectarse con Soroptimistas).
- Tus Coordinadoras Regionales de Membresia ¡estan ahi para ti!, estas líderes estan dispuestas a contestar preguntas y ayudarte a salir adelante con relación al reclutamiento. La información para contactárlas está en el Directorio de Liderazgo. (conectarse con Soroptimista).

LISTA PARA EL PLAN DE RECLUTAMIENTO

- REALIZAR UNA EVALUACION DEL CLUB
- ESTABLECER METAS REALISTAS Y FECHA PARA LOGRARLAS
- ESTABLECER UN PRESUPUESTO QUE INCLUYA COSTOS PARA EVENTOS DE RECLUTAMIENTO, MATERIALES Y CORREOS
- ELABORAR TU MENSAJE Y LOS PUNTOS A TRATAR
- IDENTIFICAR PROSPECTOS
- ELIGE METODOS DE COMUNICACION
- BAJA U ORDENA MATERIAL DE MERCADEO DE LAS OFICINAS DE SIA
- PLANEA Y LLEVA A CABO EVENTOS DE RECLUTAMIENTO

CONCLUSION

El crecimiento en la membresía, debe ser de vital interés para cada Soroptimista. Por lo tanto, cada socia tiene el privilegio y la obligación de buscar nuevas socias. Formas para involucrar a las socias actuales en esfuerzos del reclutamiento incluye:

- **Equipos de reclutamiento:** divide a tu membresía en equipos y realiza un concurso de reclutamiento con un incentivo. Estudios han demostrado que mientras la gente no siempre trabaja al máximo para ser lo mejor, si lo hará para no llegar en último lugar.
- **Proponer un reto.** Conduce un reto de membresía y pídele a cada socia reclutar por lo menos una socia en este año del club. Asegúrate que todas las socias tengan material para distribuirlo. Incluyendo folletos vive tu sueño.
- **Reconocer a las socias.** Considera otorgar un premio de reconocimiento a la socia con el mayor reclutamiento logrado al final del ejercicio del club, poniendo su nombre en el boletín del club y otorgarle un certificado u otro pequeño recuerdo de reconocimiento.

Desarrollando y ejecutando una estrategia de reclutamiento puede parecer abrumadora, empieza en pequeño, toma tu tiempo y aprende a no tomarlo personal cuando le pidas a la gente que ingrese al club y te dicen no. Tampoco permitas que lo que concierne al presupuesto te desanime. Buscar audiencia nueva no necesariamente origina un gasto extra. Una campaña por correo electrónico de prospectos ya identificados puede darsele seguimiento con una llamada telefónica a un costo efectivo y simple de lograr. Recuerda, el equipo de membresía en las oficinas generales siempre está listo para contestar preguntas. Ofrece ideas y dirige tu los recursos para que te ayuden a desarrollar y lograr tu plan de reclutamiento.

El reclutamiento de membresía es actividad de todo el año que afecta todos los aspectos de la vida del club, incluyendo Programas, Conciencia Pública y Recabación de Fondos. Establece metas realistas, elabora un calendario de tácticas que lograrán estas metas y trabajen unidas para asegurar el éxito. Usa tu imaginación y ¡DISFRUTALO !.