

Échelle des opportunités GR

2025

Voici les opportunités GR, classées du plus important au moins important

- Marché
- Gestionnaire
- Partenaire
- Adhésion
- Groupe
- Hotspot

Cette échelle fournit une séquence chronologique claire et logique pour évaluer et prioriser les opportunités GR.

Appliquer ces étapes dans l'ordre indiqué pour maximiser l'efficacité et la croissance ainsi qu'établir la mission.

1. **Marchés** (district, national, international)

Objectif : Identifier les opportunités d'ajout de districts.

Actions :

- Évaluer les options d'expansion dans une région ciblée.
- Effectuer une analyse nationale ou internationale uniquement pour des opportunités sérieuses.

À l'extérieur de votre secteur :

- Valider la qualité du candidat.
- Prioriser les candidats sur place pour optimiser le développement.
- Si non présents localement, sélectionner des candidats avec un réseau solide et des compétences avancées en développement dans une région éloignée.

2. **Gestionnaires**

Objectif : Pourvoir les postes de gestion clés.

Actions :

- Identifier les besoins pour les rôles suivants :
 - Gestionnaire de district (GD).
 - Gestionnaire de district au développement (GD-D).
 - Autres postes de gestion similaires.

3. Partenariats stratégiques et partenaires

a. Partenariats stratégiques (coup de circuit)

Objectif : Établir des collaborations stratégiques pour un impact rapide.

Actions :

- Identifier des partenaires capables d'offrir un grand nombre de sièges rapidement.
- Cibler des entreprises avec des représentants mobilisables pour :
 - Plusieurs régions.
 - Une portée nationale ou internationale.

b. Partenaires (Platine, Or, Argent)

Objectif : Favoriser la croissance et la notoriété.

Actions :

- Choisir des partenaires qui :
 - Accélèrent l'évolution de l'organisation.
 - Renforcent la notoriété dans un secteur ciblé.

4. Adhésions

Objectif : Maximiser l'engagement des membres par la croissance.

Actions :

- Prioriser l'ajout de sièges exclusifs.
- Proposer systématiquement l'adhésion VIP à chaque membre.
- Offrir des adhésions GR adaptées aux besoins spécifiques des clients qui ne cadrent pas avec le siège exclusif.

5. Ouverture de groupes

Objectif : Lancer des groupes pour renforcer l'engagement.

Actions :

- Priorité : Groupes présentiels, suivis des groupes virtuels.
 - Priorité des types de groupes : Élite, Mixte, Pro et B2B

Planification :

- Jours : Mardi, mercredi, jeudi, vendredi matin.
- Horaires : Matin ou midi en priorité.

6. Hotspots

Objectif : Optimiser le remplissage des groupes.

Actions :

- Combler rapidement les sièges disponibles.
- Renforcer le référencement naturel des groupes.

Directives pour les directeurs

Ce document est le cadre officiel pour guider vos actions et définir votre mission dans les initiatives GR. Pour assurer efficacité et cohérence, appliquez immédiatement cette échelle en suivant rigoureusement la séquence indiquée. Respectez l'ordre des étapes pour garantir une approche structurée et optimiser les résultats.