

Liste de compétences nécessaires pour mettre en place un système d'adhésion

Vous pouvez utiliser cette liste pour réaliser un audit des compétences et déterminer quelles sont celles dont votre organisation dispose déjà. Vous n'aurez pas besoin de l'ensemble de ces compétences avant que votre programme atteigne une certaine taille. À ce moment-là, il vous sera utile de réfléchir à l'automatisation de certaines de ces tâches.

◆◆◆ Compétence essentielle ◆◆ Compétence importante ◆ Compétence utile à avoir

Revenus, marketing et vente

- Stratégie de croissance** ◆◆◆
Concevoir et réaliser des campagnes d'adhésion, tester de nouveaux formats pour attirer des adhérents, fixer des objectifs de revenus et de croissance du programme d'adhésion
- Pratiques et techniques de marketing numérique** ◆◆◆
Marketing par e-mail, marketing via les réseaux sociaux et partenariats sur du contenu
- Gestion du commerce électronique et du service client** ◆◆◆
Fourniture des avantages, traitement des cartes de crédit, relance des membres dont l'adhésion a expiré, traitement des annulations et des remboursements
- Expérience en gestion de bases de données*** ◆◆
Fourniture des avantages, traitement des cartes de crédit, relance des membres dont l'adhésion a expiré, traitement des annulations et des remboursements
(cela peut devenir une compétence essentielle à mesure que votre programme d'adhésion gagne en maturité)
- Développement économique** ◆◆
Business model : Génération de business model, établissement de projections de revenus et de coûts, vérification des prévisions de revenus et de coûts
- Branding** ◆◆
Établir une stratégie, une identité et des messages de marque
- Stratégie de relations publiques et de communication** ◆
Obtenir la couverture par d'autres médias de votre journalisme le plus efficace

Recherches, données et analyse

- Expérience de l'analyse et de la mesure de métriques** ◆◆◆
Faites le suivi des principales métriques de performance, repérez les tendances en matière de données, créez des rapports de métriques, évaluez les succès et échecs des campagnes, définissez les meilleures pratiques en conséquence, faites rapport aux parties prenantes
- Développement et test de produit** ◆◆◆
Étude d'audience : Conception et administration de sondages et de groupes de réflexion, interprétation des données correspondant aux segments et aux besoins de vos publics.
Attitude basée sur le principe de test et d'apprentissage : prise de décisions basée sur les données, tests A/B, tests utilisateurs

Engagement

- Community management** ◆◆◆
Répondre aux demandes des adhérents, demander les avis des adhérents, organiser des sondages, modérer les discussions entre les membres
- Stratégie de newsletter*** ◆◆◆
Concevoir des newsletters, écrire et mettre en page des e-mails, évaluer la performance des newsletters
(*si les newsletters ne sont pas un élément central de votre stratégie éditoriale et de développement des publics, ce n'est pas une compétence essentielle)
- Stratégie de réseaux sociaux** ◆◆◆
Utiliser les plateformes de réseaux sociaux pour engager les adhérents existants et toucher de nouveaux publics
- Aisance à être le visage/la voix de l'organisation** ◆◆
Capacité à diriger la salle, à écouter attentivement et à faciliter la conversation
Vulnérabilité, volonté d'assumer ses erreurs
- Planification/organisation d'événements*** ◆
Planifier les flux d'activités, trouver des orateurs, coordonner les lieux
(*une compétence importante si votre stratégie d'adhésion comporte de nombreux événements)
- Expérience de prise de décision collaborative/coopérative** ◆
Organiser des consultations, des sondages et des votes

Éditorial

Mettre l'accent sur les activités éditoriales relatives à l'adhésion et non sur les activités principales.

- Excellente communication écrite** ◆◆◆
Écrire des contenus pour les appels à l'adhésion publiés dans les newsletters, sur les réseaux sociaux et sur le site.

- Communication externe efficace** ◆◆◆
Capacité à communiquer efficacement la mission de votre organisation, les effets de l'adhésion/ce que cela signifie le fait d'être soutenus par des adhérents, les initiatives d'engagement (crowdsourcing, élaboration d'appels, sollicitation des connaissances des adhérents, invitations à participer) et les résultats de ces initiatives (notamment les décisions clefs)

- Communication interne efficace** ◆◆◆
Capacité à communiquer efficacement avec l'équipe éditoriale au sujet des activités/campagnes génératrices de revenus, des retours des adhérents et des informations analytique