

TOASTMASTERS INTERNATIONAL

L *e Vice-président
aux relations
publiques,
c'est vous !*



Un manuel
pour la gestion
efficace du club

TOASTMASTERS INTERNATIONAL



L *Le Vice-président aux relations publiques, c'est vous !*

.....
Un manuel pour la gestion efficace du club
.....

Révision par Pierre Desrochers et Odile Pétilot, 2006

*Comité de traduction du District 61
Sous la direction de Pierre Desrochers*

© Toastmasters International Inc., 2006
© Toastmasters International Inc., traduction française 2006
P.O. Box 9052, Mission Viejo, CA 92690, U.S.A.
(949) 858-8255 • Télécopieur : (949) 858-1207
www.toastmasters.org

© 2006. Tous droits réservés, y compris la reproduction de cette publication en totalité ou en partie, et sous quelque forme que ce soit, sans l'autorisation écrite provenant du siège social de Toastmasters International. *The Toastmaster* et l'emblème de Toastmasters International sont des marques de Toastmasters International enregistrées aux États-Unis d'Amérique, au Canada et dans plusieurs autres pays.

N° de catalogue : FR1310D
Imprimé aux États-Unis

Notes des traducteurs :

- Afin de ne pas alourdir le texte et conformément aux règles de la grammaire française, le masculin générique à valeur de neutre est utilisé dans le présent document manuel sans motifs discriminatoires.
- Tous les prix sont en dollars US.
- En général, les numéros entre parenthèses font référence au numéro d'article du *Toastmasters International Supply Catalog* (Catalogue de fournitures de Toastmasters International), version papier ou électronique (Online Store), les lettres FR précédant les chiffres indiquent que le document est disponible en langue française.

La mission du club

La mission du club Toastmasters est d'offrir un environnement d'apprentissage dans lequel les membres s'encouragent mutuellement de façon positive afin de permettre à chacun d'améliorer ses capacités de communicateur et de leader, ce qui générera confiance en soi et développement personnel.

La mission de Toastmasters International

Toastmasters International est la plus importante association mondiale dont le but est de faire de la communication orale efficace une réalité à l'échelle du globe.

Toastmasters offre à tous la possibilité de maîtriser l'art d'écouter, de penser et de parler – des compétences vitales qui facilitent la réalisation personnelle, accroissent le potentiel de leader en chacun de nous, stimulent la compréhension entre humains, et contribuent ainsi à l'amélioration de notre société.

Dans l'esprit de cette mission, il est essentiel que Toastmasters International continue d'étendre constamment son réseau de clubs afin d'offrir à un plus grand nombre de personnes, l'avantage de ses programmes.



Être un Toastmaster signifie plus que se concentrer simplement sur son développement personnel. Tous et chacun qui adhèrent à un club Toastmasters prennent un engagement envers leur club, ses membres et l'association tout entière

La Promesse du Toastmaster

En tant que membre de Toastmasters International et de mon club, je promets...

- D'assister régulièrement aux réunions du club.
- De préparer de mon mieux tous mes discours et mes projets de leadership selon les projets des manuels de base et avancés du Programme de communication ainsi que du manuel « Devenir un leader ».
- De me préparer à mes tâches et de m'en acquitter.
- D'offrir à mes camarades des évaluations constructives et utiles.
- De contribuer, au sein du club, au maintien d'un environnement positif et amical nécessaire à l'apprentissage et au développement de tous les membres.
- De servir mon club en tant que dirigeant si l'on me demande de le faire.
- De traiter avec respect et courtoisie mes camarades Toastmasters et nos invités.
- D'amener des invités aux réunions du club pour leur montrer quels avantages ils pourraient retirer en adhérant.
- De me conformer aux directives et aux règles de tous les programmes de formation et de reconnaissance des mérites de Toastmasters.
- De maintenir dans toutes les activités Toastmasters un niveau d'excellence fondé sur l'honnêteté.

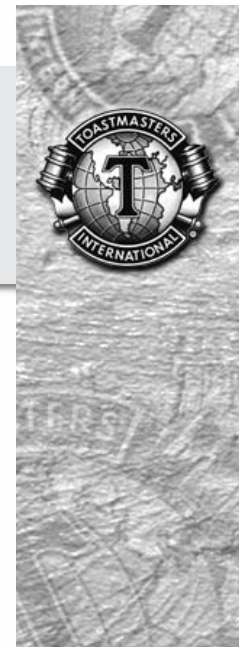


Sommaire



6	Le vice-président aux relations publiques, c'est vous !
7	Les étapes pour réussir
7	Formation des dirigeants de club
7	Ce que sont les relations publiques
8	Promouvoir le club dans les médias locaux
11	Créer un bulletin de club et/ou un site Web
15	Le comité de relations publiques
15	Participer aux réunions du Comité de direction
15	Participer à d'autres événements Toastmasters
15	Prévoir votre remplacement en cas d'absence
16	Former votre successeur
17	Programme du Club remarquable
19	L'occasion de démontrer votre leadership
21	Calendrier/Liste de vérification du vice-président aux relations publiques
25	Annexes
26	Outils pour réussir
27	Modèle de prospectus d'information
28	Modèles de communiqué
32	L'équipe dirigeante de votre club
35	L'organisation Toastmasters
36	Le siège social de Toastmasters International - Références
37	Index

Le vice-président aux relations publiques, c'est vous !



En tant que vice-président aux relations publiques, en collaboration avec les membres du comité de relations publiques, vous assumez la responsabilité de la coordination d'un programme dynamique de relations publiques et de publicité. Votre rôle est crucial dans la croissance et la réussite de votre club parce qu'il consiste à déployer des efforts pour aider à recruter de nouveaux membres. Les nouveaux membres n'ajoutent pas que de nouvelles personnalités et des idées fraîches à votre club, ils lui procurent un solide vivier de leaders.

Le poste de vice-président aux relations publiques entraîne certes de nombreuses responsabilités, mais il est en même temps très gratifiant. En effet, pendant votre mandat, vous aurez l'occasion d'acquérir et de mettre en pratique des techniques de leadership qui pourront vous être utiles dans la vie courante. Vous apprendrez à définir des objectifs, à préciser les moyens pour les atteindre, à élaborer des stratégies, à déléguer des tâches et à récompenser les gens pour leurs efforts, savoir-faire dont nous reparlerons plus loin.

Vous travaillerez au sein d'une équipe constituée du président, du président sortant, du vice-président à la formation, du vice-président au recrutement, du secrétaire, du trésorier et de l'huissier. En annexe, vous trouverez un bref résumé de leurs responsabilités. Il vous incombe à tous de rendre votre club dynamique et agréable pour tous ses membres et de devenir un *Club remarquable*. Vous y parviendrez par la tenue de réunions efficaces du Comité de direction, par la détermination précise des objectifs recherchés, par une planification appropriée et par un suivi méthodique des progrès accomplis.

En planifiant votre mandat, vos activités et vos objectifs, souvenez-vous que Toastmasters est une association à caractère bénévole. Comme toute organisation de ce type, elle dispose de fonds limités. Il arrive que les membres bénévoles ne soient pas remboursés pour certaines dépenses encourues pendant l'exercice de leurs fonctions dues à des frais de téléphone et de consommation d'essence. Vous devez demander une autorisation avant

d'effectuer une dépense et joindre les reçus et autres documents requis lors de la réclamation.

Vous trouverez dans ce manuel tous les renseignements essentiels dont vous avez besoin :

- un aperçu de vos responsabilités en tant que vice-président aux relations publiques ;
- des explications détaillées sur la façon de satisfaire à ces exigences ;
- des techniques de leadership appropriées ;
- des explications détaillées sur la façon d'assumer ces responsabilités ;
- des outils et des ressources disponibles pour assurer le succès d'un programme de relations publiques qui satisfait les besoins du club ainsi qu'un calendrier qui énumère les dates importantes vous concernant.

Ce manuel vous sera donc précieux tout au long de votre mandat. Cependant, il ne constituera pas votre seule source de renseignements. En effet, ce manuel fait référence, au fil des pages, à des documents que vous aurez probablement avantage à consulter et que vous pouvez commander au siège social. Vous trouverez en annexe la liste exhaustive de ces documents. Le Calendrier/Liste de vérification vous sera particulièrement utile. Il montre les activités et événements qui vous concernent mois par mois. Les programmes de formation, menés par votre district, traités plus loin, possèdent une valeur inestimable.

Les étapes pour réussir



À titre de vice-président aux relations publiques, vous assumez de nombreuses responsabilités qui seront analysées dans les pages qui suivent. Pour le moment, en voici un bref aperçu :

Hors des réunions du club :

1. Participer aux sessions de formation organisées par le district.
2. Promouvoir le club dans les médias locaux.
3. Produire un bulletin de club et/ou un site Web.
4. Faire la promotion des campagnes de recrutement.
5. Participer aux réunions du Comité de direction.
6. Participer à d'autres événements Toastmasters.
7. Prévoir votre remplacement en cas d'absence ou demander de l'aide au besoin.
8. Former votre successeur.

Pendant les réunions du club :

1. Annoncer les événements et les programmes.
2. Demander de l'aide pour produire le bulletin du club.
3. Accueillir les membres et les invités.

Formation des dirigeants de club

Chaque année en juin, juillet et août ainsi qu'en décembre, janvier et février, votre district organise une session de formation des dirigeants de club. Dans ces programmes, on traite des responsabilités dévolues à chaque dirigeant et des moyens de les assumer. Ils vous offrent l'occasion d'échanger avec vos pairs d'autres clubs, de partager des idées et de vous tenir au courant

des dernières innovations. Faites votre possible pour y participer. Prenez contact avec le vice-gouverneur à la formation de votre district pour en savoir plus sur le prochain programme.

Ce que sont les relations publiques

Pourquoi avez-vous décidé d'aller assister à votre première réunion Toastmasters ? Peut-être avez-vous été invité par un ami, ou bien vous avez vu une annonce sur un tableau d'affichage, ou encore vous avez lu quelque chose au sujet de Toastmasters dans une revue ou dans un journal. Quelle qu'en soit la raison, une chose est sûre : si vous y êtes venu, c'est grâce aux relations publiques.

De bonnes relations publiques font naître une réponse positive et amènent le lecteur ou l'auditeur à agir, soit en assistant à une réunion du club, soit en participant à un Séminaire d'expression orale, ou encore en visitant un stand Toastmasters à l'occasion d'une foire ou d'un salon.

La clé des relations publiques

La plupart des gens adhèrent à Toastmasters avec, en tête, un but bien précis, soit d'acquérir plus de confiance en eux, soit d'améliorer leur façon de communiquer, soit de développer leurs capacités de leader. Il en est de même des objectifs visés lorsqu'on bâtit une campagne de relations publiques. On espère :

- **augmenter l'effectif du club.** Un bon programme de relations publiques attire nécessairement des membres potentiels ;
- **accroître l'expertise des membres.** Ceux qui s'engageront directement dans une campagne de relations publiques augmenteront leur expérience non seulement dans ce domaine mais aussi en rédaction, en publicité, en promotion et en marketing ;
- **se faire connaître du grand public.** Ceci offre des avantages certains au club et à ses membres ; en effet, ces derniers réaliseront que participer à l'effort de relations publiques leur donnera l'occasion de parler à l'extérieur du club.

Relations publiques plutôt que publicité

Les relations publiques sont particulièrement intéressantes parce qu'elles ne coûtent rien : des entrevues accordées aux médias locaux, en passant par les communiqués de presse, les annonces dans les services publics, les apparitions à la radio et à la télévision, tout est gratuit et, qui plus est, c'est la façon la plus efficace de toucher le public.

Ainsi, aux États-Unis d'Amérique, Debbie Fields, la fondatrice et propriétaire de l'entreprise Mrs. Fields Cookies, n'a jamais investi un sou en publicité : en offrant ses biscuits gratuitement dans la rue, elle a réussi à bâtir un empire multimillionnaire en se servant uniquement des relations publiques.

Promouvoir le club dans les médias locaux

Toutes les activités d'un club peuvent faire l'objet d'un article de presse. Bien sûr, les plus répétitives doivent juste être mentionnées, mais certaines ont plus de poids et méritent d'être largement couvertes par les médias. Voici quelques exemples :

- le calendrier des rencontres régulières ;
- des histoires d'expériences réussies, par exemple, la façon dont les membres ont utilisé leurs compétences en communication et en leadership pour décrocher un emploi ou améliorer leur vie ;
- l'élection et l'installation des dirigeants ;
- la visite de conférenciers ou d'invités prestigieux ;

- la remise, par le club d'un certificat de mérite en communication à une personne qui s'est illustrée dans son milieu ou dans son entreprise ;
- la remise des prix les plus importants décernés aux clubs ou aux membres, tels que le Toastmaster de l'année, les certificats AC et DTM ;
- l'inauguration d'un Bureau des conférenciers ;
- l'anniversaire du club ;
- les rencontres interclubs ;
- les réunions de démonstration organisées par les nouveaux clubs ;
- les soirées célébrant la fondation d'un club ;
- les concours oratoires aux niveaux du club, du secteur, de la division, du district ou de la région ;
- les programmes spéciaux ouverts au public, tels que le Séminaire d'expression orale, le *Youth Leadership* « Jeunes leaders », les ateliers des collections Succès par le Leadership et Succès par la Communication.

Chaque club devrait posséder une copie du manuel intitulé *Let the World Know* (1140) « Criez-le sur les toits », le manuel de promotion et de publicité de Toastmasters International ; celui-ci se révélera utile dans la planification de votre programme de relations publiques, et vous y trouverez, de plus, une liste des événements qui pourraient être couverts par les médias et dont plusieurs ont déjà été mentionnés ci-dessus.

Travailler avec les médias

Une des tâches essentielles en relations publiques est de parvenir à une bonne couverture médiatique. La méthode pour y arriver tient plus de l'art que de la technique ; c'est ce qu'on appelle le « positionnement médiatique réussi ». Afin de maîtriser cet art, vous devez vous poser les questions suivantes :

1. Quel est le public visé ?
Pour y répondre, vous devrez d'abord cibler le public visé. Cherchez-vous à éveiller l'intérêt des cadres d'entreprises, des professionnels de la santé, des célibataires, ou des gens en général ? Désirez-vous attirer les personnes, hommes ou femmes, d'un certain groupe d'âge ou possédant un même niveau d'instruction ? Quelle sorte d'accueil vous attendez-vous à recevoir de chacun des publics ? Les réponses à ces quelques interrogations vous aideront à

.....

résoudre les autres questions qui détermineront le succès de votre positionnement médiatique.

2. Comment aborder les médias ?
3. Quel type de message serait attrayant, à la fois pour les médias et pour leurs publics ?

Il est impératif de définir avec précision votre public cible avant d'aborder les médias, car vous devez vous assurer que le message que vous désirez transmettre sera bien reçu.

Vous pourrez ensuite dresser une liste des médias susceptibles d'intéresser ce public. Par exemple, si vous visez une clientèle célibataire, adressez-vous à un journal qui publie une rubrique « Calendrier mondain », ou à une station radiophonique qui transmet les événements locaux. De même, si votre télévision locale présente une émission hebdomadaire sur les affaires, et que vous voulez justement vous adresser aux hommes d'affaires, n'hésitez pas à appeler immédiatement le directeur de la programmation.

Comment aborder les médias

La première chose à faire avant d'aborder les médias est de découvrir le nom de la personne à contacter dans chaque station ou dans chaque bureau. Dans un journal, par exemple, cette personne peut être le directeur de l'information, le chroniqueur des affaires municipales ou le rédacteur en chef. Dans le cas d'une station de radio ou de télévision, la personne clé sera probablement le directeur de la programmation. Il se peut cependant que vous ayez plus de succès en vous adressant au directeur de l'information. Dans tous les cas, avant d'entreprendre votre démarche, assurez-vous de vous adresser à la bonne personne (et d'écrire correctement son nom).

Que vous envoyiez une annonce enregistrée à diffuser dans le bulletin d'information ou que vous sollicitiez une entrevue, faites-le de façon professionnelle : dans un premier temps, envoyez une courte lettre d'accompagnement ou un courriel présentant l'événement, et dans un second temps téléphonez au responsable, sans oublier de souligner que Toastmasters est un organisme de formation sans but lucratif et que votre but n'est pas de solliciter des dons.

Une fois que vous aurez obtenu l'autorisation d'envoyer votre article, informez-vous du mode de transmission souhaité. Préfèrent-ils le traditionnel communiqué de presse ou une simple page d'informations factuelles ?

Devez-vous l'envoyer par la poste ou par courrier électronique ? Quelles sont les dates butoirs ? Sont-ils en mesure d'utiliser des photographies (sur papier ou numériques) ou des diapositives ?

Préparer le matériel publicitaire

Il est toujours utile d'avoir en réserve un dossier de presse destiné aux médias. Celui-ci devrait contenir les éléments suivants :

- les communiqués de presse concernant l'événement ;
- une page d'informations présentant Toastmasters et votre club ;
- des annonces sur bandes audio et vidéo susceptibles d'être diffusées dans les bulletins d'information ;
- de la documentation promotionnelle sur Toastmasters et le magazine *The Toastmaster* ;
- la biographie des personnes mentionnées dans les communiqués.

Le communiqué de presse demeure l'élément le plus important du matériel publicitaire ; il renseigne sur l'événement qu'on désire annoncer et explique la raison qui vous amène à vous adresser aux médias.

Voici quelques conseils pour rédiger un communiqué professionnel et efficace :

- dactylographiez votre communiqué à double interligne ;
- envoyez des imprimés originaux ou d'excellentes photocopies provenant d'un bon photocopieur ;
- écrivez le nom, le titre et le numéro de téléphone de la personne-ressource (en général, c'est vous) dans le coin supérieur gauche ;
- écrivez la date sur chaque communiqué. Placez-la en haut, à droite.
- donnez des instructions précises. Indiquez si le communiqué doit paraître immédiatement ou à une date déterminée ;
- écrivez un titre bref et descriptif ;
- utilisez un style simple et concis. Commencez par une ou deux phrases qui attirent l'attention du lecteur. Et n'oubliez pas de préciser « qui, quoi, où, quand, pourquoi et comment ».

Chaque communiqué doit spécifier que Toastmasters International est un organisme international, sans but lucratif, consacré à la formation. Le lecteur comprendra

.....

que notre club jouit d'une solide réputation et d'une grande popularité (international), qu'il est très bon marché (sans but lucratif) et que son objectif est le développement de la personne (formation).

Voici encore quelques suggestions :

- Faites très attention à bien cibler le bon public ;
- Faites relire et corriger votre communiqué afin d'éviter toute erreur typographique, faute de grammaire ou information erronée.
- Ne perdez jamais de vue qu'il s'agit d'un communiqué de presse ; évitez les termes trop techniques ou trop vagues, et les opinions personnelles.

Comment éveiller l'intérêt des médias et du public

Il ne suffit pas de décider de s'adresser à une clientèle précise pour l'atteindre. Tous vos efforts de relations publiques seront vains si nous n'arrivons pas à convaincre les médias de la valeur de votre message.

Pour réussir une campagne publicitaire, il faut bien connaître votre public, exactement comme pour prononcer un discours. Cherchez pour quelles raisons Toastmasters vous plaît et adaptez ces raisons en fonction de votre public. Vous êtes absolument libre d'adopter la stratégie de votre choix. Il y a cependant certaines règles à ne pas oublier lorsqu'on travaille avec les médias :

- **Montrez-vous serviable.** Donnez-leur tout ce qu'ils vous réclament et soyez disponible quand on a besoin de vous.
- **Convainquez-les de l'utilité du message.** Prouvez-leur qu'il est avantageux pour leur public, et qu'eux-mêmes en bénéficieront en retour.
- **Soyez précis.** Vérifiez l'orthographe des noms, l'exactitude de l'information et du format, et respectez les échéances.
- **Adoptez une attitude professionnelle.** Un rejet de la part des médias est, le plus souvent, causé par un responsable des relations publiques incapable de se montrer professionnel et conséquent. Ne perdez pas une occasion de publicité parce que vous êtes mal préparé ou parce qu'on ne peut pas compter sur vous.

Ce qu'il faut faire et ne pas faire

- cherchez dans les journaux des articles traitant des organisations locales afin de mieux connaître le genre

d'événements qu'on y couvre et le style qu'on y utilise ;

- écoutez les nouvelles à la radio et à la télévision pour savoir comment s'y fait la promotion des organisations sans but lucratif ;
- n'oubliez pas que vos contacts, dans les médias, sont des gens très occupés, qui n'aiment pas perdre leur temps. Tâchez donc de deviner ce qu'ils attendent de vous et trouvez ce qu'il convient d'insérer dans vos communiqués ; offrez-leur des informations qui sont de vraies nouvelles, même s'il arrive parfois qu'ils acceptent des annonces plus ordinaires, comme l'invitation à une réunion. Calculez la longueur de votre communiqué selon l'importance de l'événement afin de ménager leur temps et le vôtre ;
- créez une « Alerte d'actualité » sur un moteur de recherche comme celui de Google afin de trouver des idées sur le type d'articles rédigés sur Toastmasters dans les journaux ou dans d'autres médias ;
- acceptez le fait que vous ne gagnerez pas à tout coup et soyez reconnaissant quand vous obtenez gain de cause ;
- incitez tous les membres de votre club à trouver des idées originales susceptibles d'intéresser les médias. Si vous avez des doutes au sujet d'une idée proposée, vérifiez auprès de vos contacts dans les médias.

Entretiens et interviews (talk-shows)

Un entretien est essentiellement une session de questions et réponses qui se déroule avec un ou plusieurs représentants des médias.

Les talk-shows à la radio et à la télévision sont toujours demandeurs d'invités intéressants et capables d'exprimer leurs idées clairement. Le profil des Toastmasters fait d'eux des candidats idéals. Sur votre liste des médias doivent figurer tous les talk-shows susceptibles de vous accueillir et que vous devriez approcher régulièrement et tout particulièrement lorsque des événements spéciaux sont prévus. Quelques Toastmasters ont même réussi à apparaître régulièrement dans un talk-show qui comprenait un court entretien.

Si vous proposez un entretien, assurez-vous que la personne interviewée est bien préparée.

Par contre, si c'est un journaliste qui prend l'initiative, demandez-lui s'il désire aborder un sujet particulier afin de rassembler à l'avance l'information nécessaire.

Comment répondre au cours d'un entretien

- profitez de l'occasion pour faire connaître votre club et ses membres ;
- arrivez bien informé (sachez depuis combien de temps le club existe, combien de clubs Toastmasters sont établis dans votre ville, etc.) ;
- répondez brièvement aux questions sans vous écarter du sujet. Laissez au journaliste le soin de vous demander plus de renseignements, s'il le désire ;
- illustrez vos réponses par des exemples. Pour étayer votre démonstration, parlez de situations prises dans la réalité de votre club Toastmasters. Ces anecdotes constituent un matériel de choix pour l'article du journaliste ;
- assurez-vous d'avoir bien compris la question. Au besoin, demandez des précisions ;
- si vous ne savez pas répondre à une question, dites-le simplement. Notez la question et proposez au journaliste d'en trouver la réponse. Laissez-lui le soin de décider s'il a réellement besoin de cette information ;
- évitez les remarques « de vous à moi ». Si vous affirmez quelque chose, cela sera inévitablement publié.
- parlez plutôt de votre expérience et de vos réalisations personnelles pour corroborer vos réponses et vos points de vue ;
- tenez-vous en aux faits. Évitez les conjectures et les opinions sans fondement ;
- ne perdez pas votre aplomb et gardez le sens de l'humour. Donnez l'image d'une personne simple, aimant la vie ... et prenant plaisir à être un Toastmaster ;
- faites connaître le site Web de Toastmasters International, www.toastmasters.org, et le numéro de téléphone (1-800-9WE-SPEAK) pour permettre aux auditeurs et téléspectateurs de compléter leur information.

Les manuels avancés de communication Relations publiques (FR226C) et Communiquer à la télévision (FR226K) constituent une bonne source d'information sur les entretiens et les présentations aux médias.

Créer un bulletin de club et/ou un site Web

Même si la promotion du club dans son environnement local représente une part importante de vos responsabilités, informer vos membres sur les activités offertes par le club demeure votre priorité. C'est grâce au bulletin du club ou à un site Web que vous atteindrez cet objectif.

Même si vous ne rédigez pas vous-même ce bulletin ou n'agissez pas en qualité de webmestre, vous êtes tenu de fournir toute information pertinente émanant du siège social [comme par exemple le bulletin *TIPS*, publié par le siège social à l'intention des dirigeants de club], au rédacteur en chef et au webmestre, qui ont besoin de connaître les activités à venir et les dates importantes pour en informer à temps tous les membres du club.

Si votre bulletin ou le site Web affiche des informations d'ordre personnel, vous devez obtenir l'assentiment des membres. L'avis de non-responsabilité ci-après doit figurer dans tout ce qui est publié (répertoire des coordonnées, bulletin ou site Web) : « L'information consignée dans ce répertoire, dans ce bulletin ou sur ce site Web est à l'usage exclusif des membres Toastmasters et pour des activités Toastmasters uniquement. Elle ne doit pas servir à des fins de sollicitation ou de distribution de matériel ou d'information non Toastmasters. »

L'information ci-dessous est destinée aux rédacteurs de bulletin ainsi qu'aux webmestres.

La raison d'être du bulletin : poursuivre la mission du club

Le président du club est l'éditeur du bulletin ; il est donc responsable de son contenu. Le rôle du rédacteur en chef est de soutenir les efforts du club en publiant des articles qui montrent de façon pratique comment atteindre ses objectifs. Afin que le bulletin soit efficace, le rédacteur en chef doit veiller à ce que la page éditoriale vise la poursuite de la mission du club. Il y parviendra en travaillant étroitement avec le Comité de direction (Bureau) et plus particulièrement avec le vice-président aux relations publiques et avec le vice-président au recrutement.

« La mission du club Toastmasters est d'offrir un environnement d'apprentissage dans lequel les membres s'encouragent mutuellement de façon positive afin de

.....

permettre à chacun d'améliorer ses capacités de communicateur et de leader, ce qui générera confiance en soi et développement personnel. »

Le Comité de direction (Bureau) doit établir la politique éditoriale et définir le calendrier de publication. Ces règles, une fois établies formellement par écrit, doivent être rigoureusement respectées.

Le contenu du bulletin : créer un sentiment de fierté et de responsabilité

La principale raison d'être du bulletin est de former, de motiver et de renseigner ses lecteurs. Il vise à fournir un milieu d'apprentissage accueillant, basé sur l'entraide. Le bulletin doit toujours comprendre des conseils précis pour aider les membres à atteindre leurs objectifs et à devenir de meilleurs orateurs et de meilleurs leaders. En fait, tout ce qui ne vise pas spécifiquement la poursuite de la mission du club devrait probablement être exclu du bulletin.

L'équilibre du contenu : créer une combinaison gagnante pour le club

Afin d'aider le club à bien remplir sa mission, le bulletin de liaison doit comprendre les éléments clés suivants :

- **Les programmes de recrutement**

Soulignez l'importance de maintenir le nombre des membres à 20. Ce seuil minimal évite aux membres d'être surchargés de tâches et de responsabilités. Collaborez avec le vice-président au recrutement pour faire la promotion des campagnes de recrutement. Donnez des conseils sur la façon de faire connaître votre club localement et reprenez des idées de recrutement que vous trouverez dans le magazine *The Toastmaster*. Encouragez les membres à amener leurs amis et collègues de travail aux réunions du club et faites connaître les outils de recrutement tels que le Séminaire d'expression orale.

- **Le matériel de formation**

Votre club a-t-il un problème quelconque ? Y a-t-il eu récemment une série d'évaluations trop complaisantes ? Les visiteurs ne reçoivent-ils pas l'accueil qui leur est dû ? Trouvez une solution et publiez-la. Adoptez une attitude positive, ne désignez personne nommément, faites des suggestions pratiques. Des articles sur les sujets qui suivent sont toujours utiles :

comment mieux s'acquitter de différentes tâches ; des conseils donnés par d'anciens membres sur la façon de préparer un discours ; la description des rôles des membres du Comité de direction (Bureau) ; les exigences requises pour l'obtention de certificats de formation ; des conseils sur le leadership et sur le mentorat ; des explications sur les règles grammaticales et sur la procédure d'assemblée ; des présentations condensées de divers programmes Toastmasters. Vous pouvez en fait utiliser tout ce qui peut aider les membres à atteindre leurs objectifs en communication et en leadership. Faites preuve d'imagination !

- **La reconnaissance des réalisations des membres**

Votre bulletin se doit aussi de saluer les invités en mentionnant leur nom, leur adresse et l'entreprise qui les emploie ; il doit aussi présenter les nouveaux membres et inclure une courte biographie des dirigeants et, s'il y a lieu, de certains membres ; ces biographies doivent souligner leurs réalisations au cours de leur parcours Toastmasters. Le bulletin doit aider les membres d'un club à se sentir responsables, et fiers d'appartenir à une organisation d'envergure internationale. Pour ce faire, il faut que les articles saluent à leur juste valeur les efforts des membres qui se sont surpassés et encouragent les autres à en faire autant. Le bulletin peut aussi servir à stimuler l'implication des membres dans les différents programmes Toastmasters à travers des histoires vécues et des témoignages montrant comment Toastmasters a permis à certains de progresser.

- **Le rapport sur l'administration du club, comprenant un compte-rendu des progrès du club dans le cadre du *Programme du Club remarquable*.**

Le bulletin du club doit annoncer régulièrement les progrès accomplis pour atteindre les objectifs du *Programme du Club remarquable*. Le bulletin doit également rendre compte des activités du club, telles que les réunions du Comité de direction, ainsi que celles tenues au niveau du secteur et du district. N'oubliez surtout pas les nouvelles touchant vos membres, telles les conférences données par certains d'entre eux à l'extérieur du club, les mutations, les promotions, les mariages, etc.

- **Le calendrier des événements**

Publiez un bref résumé des réunions passées ainsi qu'un aperçu des événements à venir, comme les élections, les cotisations semestrielles et les divers

concoure : encouragez vos membres à y participer ou à venir y assister. Lisez le bulletin *TIPS* (publié par le siège social à l'intention des dirigeants de club) afin d'être en mesure d'informer vos membres des objectifs et des programmes de Toastmasters International.

N'oubliez pas que votre bulletin représente beaucoup plus qu'un journal de bord ou qu'un simple tableau des réunions. S'il dégénère à ce point, c'est que vous avez failli à votre tâche de communicateur. Ne publiez jamais une édition avec des idées qui ne poursuivent pas la mission du club.

Attention : N'oubliez pas d'inscrire sur chaque publication le nom du club, ses dates, heures et lieu de réunion, un numéro de téléphone, ou une adresse électronique à contacter et l'adresse du site Web

Le fonctionnement du bulletin

- **La fréquence de parution**

La fréquence de parution est fonction de plusieurs facteurs dont : le temps que vous pouvez y consacrer ; l'aide que vous pouvez obtenir des autres membres ; les frais de publication. Le bulletin doit refléter les hauts standards de qualité du club et paraître régulièrement. Certains bulletins paraissent mensuellement, d'autres bimestriellement et d'autres encore, trimestriellement. Il faut déterminer la fréquence de parution adéquate et s'y tenir.

- **L'intérêt des lecteurs**

Étudiez les bulletins des autres clubs afin d'y trouver des idées pour susciter l'intérêt de vos lecteurs. En voici quelques-unes :

- ▶ publiez des articles intéressants sur la formation ;
- ▶ attirez l'attention sur les articles que vous jugez importants en les plaçant en haut de la page, avec un titre en caractères gras tramé ou encadré ;
- ▶ n'hésitez pas à mettre des noms, les gens aiment voir leur nom imprimé, ils se sentent reconnus ;
- ▶ faites des articles courts, utilisez un style simple et clair ;
- ▶ assurez-vous que les textes sont aérés et faciles à lire ;
- ▶ gardez la même disposition d'une parution à l'autre ;
- ▶ organisez de façon logique l'ensemble des articles en accordant les meilleures places aux sujets destinés à tous vos lecteurs.

- **La mise en page et la disposition**

La mise en page doit attirer l'attention du lecteur. Voici quelques règles simples pour donner un aspect visuel attrayant à votre bulletin :

- ▶ ajoutez quelques illustrations qui ont un rapport avec le texte, ici et là, mais sans exagération ;
- ▶ essayez différentes façons d'équilibrer vos pages. Il faut que chaque page soit intéressante ;
- ▶ aérez la présentation, un gros bloc noir de texte est plutôt décourageant. Variez la taille et la forme de vos titres et de vos blocs de texte, encadrez certains textes ou entourez-les de filets décoratifs ou d'illustrations ;
- ▶ si possible, utilisez du papier couleur ; les teintes pastel sont souvent les plus adéquates.
- ▶ faites un bloc générique. L'important dans le bloc générique, c'est le nom du bulletin. Le bloc générique doit aussi comprendre :

- 1) Les noms et numéros du club et du district ;
- 2) Les noms du secteur et de la province ou du département ;
- 3) La date de parution ;
- 4) Les noms, adresses et numéros de téléphone du rédacteur en chef et du président du club (pour des changements de dernière minute et pour les appels de visiteurs potentiels). Ces renseignements peuvent être groupés dans un encadré sur la dernière page de couverture ou à tout autre endroit.

- **La révision**

Relisez soigneusement les épreuves afin d'éviter les fautes de frappe et les erreurs grammaticales. Portez une attention particulière à l'orthographe et à la ponctuation. Consultez un dictionnaire. Assurez-vous que tout est clair et concis ; les mots simples sont toujours les plus efficaces.

Faites relire les épreuves à plusieurs reprises et par différentes personnes avant de les imprimer.

- **La distribution**

Envoyez votre bulletin à toute personne qui pourrait le trouver intéressant et en tirer profit. En plus des membres du club, les visiteurs, les dirigeants du secteur et du district, les journaux locaux, les chambres de commerce, les départements de langue des universités devraient recevoir votre bulletin.

- **L'impression**

Les moyens utilisés pour la reproduction de votre bulletin sont fonction de votre budget et des moyens

mécaniques dont vous disposez. Si un membre ou une connaissance a accès à des appareils de reproduction ou d'impression, ou de publication assistée par ordinateur, vos frais d'impression pourraient être minimaux. Autrement, il vous faudra vous adresser à un imprimeur pour produire un bulletin de qualité.

De nombreux clubs en sont venus à la conclusion que la façon la plus efficace de produire un bulletin est d'utiliser un ordinateur personnel, un logiciel de traitement de texte et une imprimante. Peu importe les moyens utilisés, vos deux objectifs principaux sont la qualité globale du bulletin et, plus particulièrement, la poursuite de la mission du club à travers le contenu.

D'autres avantages à publier un bulletin

Le bulletin de votre club peut devenir la base même de vos actions publicitaires : ainsi, l'article de votre bulletin annonçant un concours d'art oratoire peut parfaitement remplacer un communiqué de presse pour faire connaître votre club et ses activités.

De nombreux clubs ont aussi remarqué que leur bulletin représentait un excellent moyen d'attirer de nouveaux membres et d'éveiller leur intérêt pour les différents programmes offerts par les Toastmasters. Faites donc toujours imprimer quelques exemplaires supplémentaires et offrez-les à vos invités.

Le développement personnel

Publier le bulletin de votre club comporte un avantage généralement passé sous silence : cela vous donne l'occasion d'acquérir à titre personnel de nouvelles techniques de communication. Publier un bulletin ou écrire certains de ses articles requiert fondamentalement des compétences analogues à celle que tout membre d'un club cherche à acquérir pour communiquer ses idées. Même si, dans ce cas, l'accent est mis sur l'écrit ou non sur l'oral, cela demande aussi de posséder une pensée organisée, de trouver un style intéressant ou divertissant, d'employer des phrases bien structurées, basées sur une solide connaissance de la grammaire et, finalement, de maîtriser l'art d'attirer et de conserver l'attention de l'auditoire.

Par conséquent, bien des membres Toastmasters ayant publié ou ayant contribué à la rédaction des publications de leur club ont remarqué que leurs compétences en communication avaient progressé.

Créer un site Web

Un site Web d'allure professionnelle joue un rôle important pour faire connaître votre club et y attirer de nouveaux membres. Toastmasters fournit à votre club un service gratuit d'hébergement de sites Web : **FreeToastHost.org** pour créer, gérer et héberger son site Web. En plus d'héberger votre site, **FreeToastHost.org** offre une variété de gabarits de présentations. Aucune expérience en design de sites Web n'est requise. FreeToastHost.org vous fournit des instructions pas-à-pas pour créer et personnaliser le site Web de votre club. Toastmasters International vous recommande fortement de recourir à FreeToastHost.org (www.freetoasthost.org).

Aide-mémoire

Une page Web devrait comprendre :

- le nom du club ; l'heure de la tenue de la réunion et le lieu ;
- la mission du club ;
- les caractéristiques d'un club Toastmasters et les avantages d'être membres ;
- le suivi des objectifs fixés dans le cadre du Programme du Club remarquable ;
- des idées pour augmenter l'effectif du club ;
- un calendrier des activités du club et du district ;
- la date de publication de l'information ;
- un hyperlien au site Web de Toastmasters International ;
- un hyperlien au site Web du district.

Les sites Web ne devraient contenir que de l'information qui poursuit la mission du club. Les clubs peuvent publier des informations sur les candidats à des fonctions au sein du club, du district ou de l'Organisation internationale, uniquement s'ils sont membres de ce club.

Le site Web peut afficher une version en ligne du bulletin du club. Il doit comporter un avis sur la protection de la marque déposée tel qu'émis par le siège social de Toastmasters. En tant que propriétaire de la marque déposée, Toastmasters International se réserve le droit de déterminer la façon dont les clubs peuvent utiliser le nom de domaine. Bien que le vice-président aux relations publiques ou le webmestre conçoivent et gèrent

le site Web, le président du club est l'éditeur et est responsable de son contenu.

Les clubs peuvent indiquer sur leurs pages Web les noms, adresses, numéros de téléphone et les adresses électroniques des dirigeants du club, du concepteur/webmestre ; du personnel de soutien et des membres à condition que les intéressés ait donné leur permission par écrit. Les informations privées sur des membres, telles que leur adresse, leur adresse électronique ou leur numéro de téléphone, ne peuvent être inscrites sur le site que si leur accès est protégé par un mot de passe.

Rédiger des articles pour le journal de votre entreprise

Une autre occasion de faire connaître Toastmasters est d'en faire la promotion à l'intérieur de votre entreprise ou de votre organisation. Si votre club est un club d'entreprise, une publicité interne peut devenir votre meilleur instrument de recrutement.

Comment réussir à faire publier un article présentant votre club dans le journal de votre entreprise ? Vous n'avez qu'à suivre la démarche proposée ici :

1. entrez en contact avec le rédacteur en chef et convainquez-le d'accepter votre idée d'article ;
2. invitez les principaux dirigeants à une de vos réunions en soulignant que l'événement sera couvert par le journal de l'entreprise ;
3. faites prendre des photos pour agrémenter votre article ;
4. citez des noms. Les employés apprécieront cette publicité et les dirigeants seront en mesure de vérifier quels sont ceux qui y participent ;
5. faites-leur valoir les avantages d'être membre et indiquez à quelle heure et à quel endroit ont lieu les réunions.

Tout membre d'un club peut aussi faire connaître Toastmasters dans son milieu de travail et encourager ses collègues à faire une visite à son club.

Le comité des relations publiques

La première chose à faire lorsque vous êtes élu vice-président aux relations publiques, c'est de trouver d'autres membres du club pour faire partie de votre comité ; ceux-

ci travailleront avec vous pour élaborer et mettre en œuvre vos programmes de publicité. Ce soutien est essentiel, car les tâches qui vous incombent sont beaucoup trop nombreuses pour être accomplies par une seule personne.

Dans la mesure du possible, les membres de votre comité devraient posséder un certain talent pour la rédaction et faire preuve d'entregent. Les relations publiques exigent qu'on sache faire bonne impression et celle-ci repose avant tout sur vous, sur les membres de votre comité et sur le matériel que vous produirez pour le club.

Participer aux réunions du Comité de direction (Bureau)

Le Comité de direction (Bureau, en France) de votre club devrait tenir des réunions régulières afin de contrôler ses activités et vous devriez participer à toutes les réunions.

Participer à d'autres événements Toastmasters

Comme vous serez appelé à représenter votre club auprès des médias et du public, vous vous devez non seulement de savoir tout ce qui se passe dans votre club mais d'être également au courant de tout autre activité des Toastmasters de votre région ; cela inclut tous les concours oratoires de secteur, de division ou du district, ainsi que les conférences du district. Participer à ces activités vous donnera une bonne vue d'ensemble de ce que représente l'organisation Toastmasters et de tout ce qu'elle a à offrir à ses adhérents ; et cela vous aidera à améliorer votre travail de relations publiques.

Prévoir votre remplacement en cas d'absence et de l'aide

Prévoyez de vous faire remplacer si vous ne pouvez assister à une réunion. Vous devriez faire appel à un autre membre, peut-être à un dirigeant du club ou à un ancien vice-président aux relations publiques pour assumer vos fonctions.

Former votre successeur

Dès que votre successeur est élu, aidez-le à assumer son rôle de leader. Assurez-vous que le nouveau vice-président aux relations publiques possède son manuel « Le vice-président aux relations publiques, c'est vous ! » Passez avec lui en revue les responsabilités qui lui sont dévolues et rappelez-lui la participation à la session de

formation des dirigeants de club organisée par le district. Parlez des affaires non terminées, cédez-lui vos dossiers. Conseiller ou informer le futur dirigeant constituera une aide précieuse. Il est important que grâce à votre concours la transition se passe en douceur.

Le programme de Club remarquable (Grille de planification du club)



Votre fonction de vice-président aux relations publiques vous amène à jouer un rôle important dans la réalisation des objectifs du *Programme du Club remarquable* et dans le positionnement de votre club comme *Club remarquable*. L'objectif de votre club consiste à offrir un environnement d'apprentissage dans lequel les membres développent leurs compétences d'orateurs et de leaders. Le *Programme du Club remarquable* surveille et mesure les activités de votre club dans ces deux domaines d'intervention.

- **Les récompenses du programme de formation.** Le nombre de reconnaissances détermine le succès de votre club à venir en aide à vos membres dans l'apprentissage de l'art oratoire et du leadership.
- **Le nombre de membres.** Votre club doit compter sur un minimum de 20 membres. Le roulement des adhésions est inévitable. Votre club doit donc continuer le recrutement de nouveaux membres pour combler les départs, pour se donner une meilleure base de leadership et pour s'assurer un apport de nouvelles idées et de nouvelles personnalités.

Le fonctionnement

Le Programme du Club remarquable (Grille de planification du club) constitue un programme annuel qui commence le 1er juillet et se termine le 30 juin de chaque année. Le livret expliquant le programme (FR1111) est expédié au président du club avec les manuels des dirigeants au mois de mai. Le programme comprend 10 objectifs que le club doit se donner durant l'année en utilisant le guide Grille de planification du club. Le siège social surveille les progrès accomplis par votre club dans l'atteinte de ses objectifs et récompense votre club en fonction du nombre d'objectifs atteints et le nombre de membres en règle.

Objectifs à atteindre

Afin d'être admissible aux récompenses, votre club doit satisfaire à des exigences en termes d'effectifs : à la fin de l'année (30 juin), il doit compter :

- un minimum de 20 membres OU
- une augmentation nette de 5 nouveaux membres.

Il doit aussi atteindre d'autres objectifs :

1. Deux CC
2. Deux autres CC
3. Un ACB, ACS ou ACG
4. Un autre ACB, ACS ou ACG
5. Un CL, ALB, ALS ou DTM
6. Un autre CL, ALB, ALS ou DTM
7. Quatre nouveaux membres
8. Quatre autres nouveaux membres
9. Un minimum de quatre dirigeants de club qui auront suivi chacune des deux sessions de formation.
10. Un rapport d'adhésion semestriel et une liste des nouveaux dirigeants soumis à temps au siège social.

Reconnaissance

Les clubs qui satisfont aux exigences d'adhésion et qui ont atteint les objectifs suivants sont admissibles à la reconnaissance de Toastmasters International à la fin de l'année :

<u>OBJECTIFS</u>	<u>RÉCOMPENSE</u>
5 objectifs atteints sur 10	Club remarquable
7 objectifs atteints sur 10	Club remarquable sélect
9 objectifs atteints sur 10	Club remarquable du président

Obtention de la récompense

Si le club obtient une reconnaissance de *Club remarquable*, de *Club remarquable sélect* ou de *Club remarquable*

.....

du président, le siège social enverra au président du club un ruban pour la bannière du club et une lettre de félicitations. Le ruban et la lettre seront expédiés avec le rapport annuel. Les dirigeants du club seront aussi invités à participer au Déjeuner de leadership des clubs au Congrès international du mois d'août où ils seront reconnus pour le succès de leur club.

Rapport de progression

En octobre, janvier et avril, les présidents des clubs recevront par le courrier des rapports de progression. Ce rapport indique la base de l'adhésion au club, le nombre de membres en règle et la progression vers l'atteinte des 10 objectifs. Après la date de fermeture du 30 juin, les présidents de clubs reçoivent un rapport annuel final indiquant la position du club par rapport aux objectifs et, s'il y a lieu, la reconnaissance obtenue. Des rapports évolutifs mensuels sont disponibles sur le site Web de Toastmasters International, www.toastmasters.org.

La Grille de planification

Si vous pensez à une entreprise ou à une organisation qui réussit, demandez-vous à quoi elles doivent leur succès. La réponse est simple : à la planification. Ses dirigeants définissent des objectifs et font des plans pour atteindre ces objectifs. Ils établissent des stratégies à mettre en œuvre aussi bien dans leurs efforts et leur suivi de progression que dans leur travail quotidien. Ils ont modifié ces plans et ces stratégies, au besoin, pour mieux atteindre leurs objectifs. Et ils ont réussi.

Votre club peut lui aussi réussir et gagner des récompenses s'il se met immédiatement au travail et met en action le Plan de réussite du club (La Grille de planification). Ce plan présente plusieurs aspects qui vous aideront. Notamment, il :

- aide votre club à définir de quelle manière il va pouvoir atteindre les 10 objectifs requis,
- lui permet de fixer des objectifs supplémentaires qui lui sont propres,
- met en évidence des stratégies pour atteindre les objectifs,
- identifie les ressources que votre club pourrait utiliser pour travailler, et
- vous laisse un espace pour écrire les noms des personnes concernées, un emploi du temps et le suivi des progrès.

Les étapes pour réussir

Pour atteindre leurs objectifs, les dirigeants de votre club devraient poser les gestes suivants :

- Se réunir immédiatement après leur élection pour étudier et pour utiliser la Grille de planification pour se donner des objectifs durant leur mandat.
- Créer des comités pour les aider à accomplir des tâches.
- Réviser périodiquement les objectifs et l'échéancier pour s'assurer que le plan d'action se déroule tel que prévu.
- Comparer les activités du club à celles décrites dans le rapport compilé par le siège social ou celui du site Web de Toastmasters International. S'il y a des différences, le club devra enquêter et rétablir la situation.
- Indiquer les réalisations du club à la fin de l'année dans la colonne appropriée et vérifier pour plus d'exactitude ; ensuite, remettre la *Grille de planification*, accompagnée de commentaires ou de suggestions, aux futurs dirigeants. Le plan constitue un rapport administratif du club à la fin de l'année encourue et de guide pour les nouveaux dirigeants pour l'année qui vient.

À chaque année, le gouverneur de secteur visitera votre club. Au cours de sa visite, il pourrait demander à examiner la *Grille de planification du club*. Soyez prêt à parler de la progression du club. Le gouverneur de secteur devrait être en mesure de vous aider à solutionner des problèmes ou vous prodiguer des conseils sur l'atteinte d'objectifs.

Crédits : Leader accompli Bronze (ALB)

Le certificat de Leader accompli Bronze (ALB) récompense les membres pour leurs activités de leadership au sein du club. Une des exigences requises pour obtenir cette récompense est que le membre serve comme dirigeant de club (président de club, vice-président à la formation, vice-président au recrutement, vice-président aux relations publiques, secrétaire, trésorier ou huissier) et qu'il participe à la préparation de la *Grille de planification* du club durant son mandat de dirigeant. En préparant et accomplissant la *Grille de planification*, vous et les autres dirigeants du club recevrez le crédit pour ce titre.

L'occasion de démontrer votre leadership



En tant que vice-président aux relations publiques, vous aurez à faire face à de nombreuses responsabilités, trop nombreuses, en fait, pour être menées à bien par une seule et même personne. Votre comité des relations publiques est un facteur clé de succès.

Une de vos responsabilités est d'influencer et d'inspirer les membres de votre comité (et les autres membres de votre club) en les motivant à atteindre des objectifs. Votre fonction de vice-président aux relations publiques est pour vous une occasion exceptionnelle d'acquérir et de développer des habiletés de leadership tout en étant utile à votre club.

Voici ce que doit faire un leader efficace :

Définir les objectifs. En tant que vice-président aux relations publiques, vous désirez obtenir de la publicité pour votre club ; vous devez alors vous concentrer sur un objectif spécifique, comme réussir à ce que le président de votre club participe à un talk-show, un objectif tout à fait réaliste. Dressez ainsi une liste de vos objectifs par ordre de priorité.

Planifier la façon d'atteindre ces objectifs. Une fois les objectifs fixés, les leaders dressent le plan d'action pour les atteindre. Ils scindent les objectifs finaux en objectifs intermédiaires plus modestes et donc plus accessibles. Ils élaborent ensuite des stratégies et établissent l'échéancier.

Si, par exemple, vous désirez que le président de votre club participe à une émission diffusée par votre chaîne de télévision locale, vous devez entreprendre votre démarche en vous fixant un but plus modeste qui, dans ce cas, consiste à rencontrer le réalisateur afin de lui faire part de votre idée.

Déléguer. Les leaders ne craignent pas de déléguer des tâches et de confier des responsabilités aux autres.

Évaluer méthodiquement les progrès accomplis. Les leaders suivent de près les progrès accomplis par les membres en fonction des objectifs déterminés et, le cas échéant, ils procèdent à des changements.

La supervision est importante, car elle aide les gens à découvrir leurs forces et leurs faiblesses. Ceux-ci peuvent par la suite surmonter leurs faiblesses en s'appuyant sur leurs forces.

Il arrive que des leaders hésitent à assumer le rôle de superviseur car ils sont mal à l'aise lorsqu'ils livrent une évaluation qui comporte des éléments négatifs. La supervision est un travail de tous les instants ; les leaders doivent donc observer continuellement le travail d'équipe pour émettre des commentaires constructifs.

Les quatre étapes de la supervision :

- s'entendre avec le membre sur l'existence d'un problème. Aucun problème ne peut être résolu si son existence même est niée ;
- chercher ensemble des solutions. Une liste de solutions possibles doit être dressée ;
- se mettre d'accord sur les mesures à prendre. Expliquez les démarches nécessaires pour atteindre le résultat désiré et établissez le calendrier approprié ;
- assurer le suivi. Vérifiez régulièrement si chaque membre se conforme à l'entente intervenue.

Par exemple, un membre appartenant au club depuis longtemps s'est proposé pour s'occuper de la publication du bulletin mensuel. Cependant, à plusieurs reprises cette personne s'est montrée incapable de préparer le bulletin à temps et il lui est même arrivé d'être en retard de plusieurs semaines. Comme ce bulletin doit présenter un horaire mensuel des programmes offerts et contenir une liste des tâches à remplir, ce retard a causé des problèmes au club.

Vous devriez donc :

- avoir un entretien privé avec la personne en question pour lui faire comprendre l'importance de respecter les échéances ;
- discuter du problème avec elle afin de trouver une solution. Offrez-lui de trouver un volontaire pour la seconder dans sa tâche si elle pense en avoir besoin ;
- obtenir son engagement à publier le bulletin dans les délais prévus ;
- suivre de près la réalisation du bulletin, au cours des mois suivants, pour vérifier si le problème a été réglé.

Saluer les réalisations. Les leaders complimentent les membres qui assument bien leur rôle au sein de leur équipe. La reconnaissance n'est pas nécessairement tangible – un merci ou un sourire suffiront souvent, ou encore une mention au cours d'une réunion du club. Faites-vous un point d'honneur de féliciter les membres qui ont offert une prestation et assurez-vous que chacune soit soulignée au cours de la réunion.

En tant que leader, rappelez-vous les points suivants :

- un bon leader prend son travail à cœur et s'intéresse aux membres de son équipe ;
- un bon leader est enthousiaste ;
- un bon leader est dévoué.

En suivant ces quelques directives, vous vous assurez de réussir un mandat gratifiant en tant que vice-président aux relations publiques.

D'autres occasions de leadership en dehors de votre club

Vous pourrez acquérir et développer des compétences en leadership en tout premier lieu à l'intérieur du club. Cependant, l'organisation offre d'autres occasions enrichissantes pour perfectionner vos habiletés. Vous pouvez devenir gouverneur de secteur ou gouverneur de division à l'intérieur de votre district et aider des clubs à fonctionner efficacement. Vous pouvez même devenir responsable des relations publiques, vice-gouverneur au marketing, vice-gouverneur à la formation ou gouverneur de district. Vous pourriez ainsi avoir l'occasion d'acquérir de nouvelles habiletés et de travailler de concert avec une foule de gens à l'atteinte d'objectifs communs. Vous pourriez même éventuellement être élu au poste de directeur international ou et pourquoi pas à la présidence de l'organisation. En réalité, les possibilités sont infinies.

Calendrier/Liste de vérification du vice-président aux relations publiques



Le Calendrier/Liste de vérification indique les activités et les événements qui sont de votre ressort. Au besoin, remplissez les lignes laissées en blanc pour ajouter des points.

Juin

Avant d'assumer votre fonction en juillet, vous devriez :

- suivre la session de formation des dirigeants de club organisée par le district
- rencontrer le Comité de direction sortant et obtenir les dossiers du vice-président aux relations publiques sortant
- recruter de un à trois membres qui composeront le comité des relations publiques
- vous réunir avec le Comité de direction pour concevoir la Grille de planification
- travailler avec le Comité de direction pour élaborer le budget du club
- explorer le catalogue des fournitures de Toastmasters International et commander le matériel nécessaire aux relations publiques
- demander des articles pour le bulletin du club du mois prochain
- obtenir du futur président le manuel de gestion : « Le vice-président aux relations publiques, c'est vous ! » et le lire
- _____
- _____

Juillet

- suivre la session de formation des dirigeants de club organisée par le district si vous avez raté celle de juin

- rencontrer les membres du comité des relations publiques afin de planifier les activités
- dresser une liste de médias
- préparer une pochette de matériel publicitaire pour les médias
- publier et distribuer un bulletin de club
- participer à la réunion du Comité de direction et présenter un rapport sur les activités, les réalisations et les plans dans le domaine des relations publiques
- demander des articles pour le bulletin du club du mois prochain
- réactualiser le site Web du club
- _____
- _____

Août

- suivre la session de formation des dirigeants de club organisée par le district si vous avez raté celle de juin/juillet
- rencontrer les membres du comité des relations publiques afin de planifier les activités
- envoyer des pochettes de matériel publicitaire aux médias locaux
- rédiger et diffuser des communiqués de presse sur les prochains événements du club
- publier et distribuer un bulletin de club
- déposer des cartons publicitaires et des brochures dans les bibliothèques, centres commerciaux, etc.

- participer à la réunion du Comité de direction et présenter un rapport sur les activités, les réalisations et les plans dans le domaine des relations publiques
- demander des articles pour le bulletin du club du mois prochain
- réactualiser le site Web du club
- _____
- _____

Septembre

- rencontrer les membres du comité des relations publiques afin de planifier les activités
- rédiger et diffuser des communiqués de presse sur les prochains événements du club
- publier et distribuer un bulletin de club
- déposer des cartons publicitaires et des brochures dans les bibliothèques, centres commerciaux, etc.
- participer à la réunion du Comité de direction et présenter un rapport sur les activités, les réalisations et les plans dans le domaine des relations publiques
- demander des articles pour le bulletin du club du mois prochain
- annoncer la tenue des prochains concours oratoires
- annoncer la conférence de district
- réactualiser le site Web du club
- _____
- _____

Octobre

- rencontrer les membres du comité des relations publiques afin de planifier les activités
- rédiger et diffuser des communiqués de presse sur les prochains événements du club
- publier et distribuer un bulletin de club
- déposer des cartons publicitaires et des brochures dans les bibliothèques, centres commerciaux, etc.
- participer à la réunion du Comité de direction et présenter un rapport sur les activités, les réalisations et les plans dans le domaine des relations publiques
- demander des articles pour le bulletin du club du mois prochain
- réactualiser le site Web du club
- _____
- _____

Novembre

- rencontrer les membres du comité des relations publiques afin de planifier les activités
- rédiger et diffuser des communiqués de presse sur les prochains événements du club
- publier et distribuer un bulletin de club
- participer à la réunion du Comité de direction et présenter un rapport sur les activités, les réalisations et les plans dans le domaine des relations publiques
- demander des articles pour le bulletin du club du mois prochain
- réactualiser le site Web du club
- si le club tient des élections semestrielles, vous préparer à remettre vos dossiers et le manuel « Le vice-président aux relations publiques, c'est vous ! » à votre successeur
- _____
- _____

Décembre

- suivre la session de formation des dirigeants de club organisée par le district
- rencontrer les membres du comité des relations publiques afin de planifier les activités
- rédiger et diffuser des communiqués de presse sur les prochains événements du club
- publier et distribuer un bulletin de club
- participer à la réunion du Comité de direction et présenter un rapport sur les activités, les réalisations et les plans dans le domaine des relations publiques
- demander des articles pour le bulletin du club du mois prochain
- réactualiser le site Web du club
- si le club tient des élections semestrielles, remettre vos dossiers et le manuel « Le vice-président aux relations publiques, c'est vous ! » à votre successeur

Si le club tient des élections semestrielles, le futur vice-président aux relations publiques devrait :

- suivre la session de formation des dirigeants de club organisée par le district
- recruter de un à trois membres qui composeront son comité des relations publiques

- travailler avec le Comité de direction pour élaborer le budget du club
- lire le manuel « Le vice-président aux relations publiques, c'est vous ! »
- _____
- _____

Janvier

- suivre la session de formation des dirigeants de club organisée par le district si vous avez raté celle de décembre
- rencontrer les membres du comité des relations publiques afin de planifier les activités
- rédiger et diffuser des communiqués de presse sur les prochains événements du club
- publier et distribuer un bulletin de club
- déposer des cartons publicitaires et des brochures dans les bibliothèques, centres commerciaux, etc.
- participer à la réunion du Comité de direction et présenter un rapport sur les activités, les réalisations et les plans dans le domaine des relations publiques
- demander des articles pour le bulletin du club du mois prochain
- réactualiser le site Web du club
- consulter le catalogue des fournitures de TI et commander le matériel qui concerne les relations publiques
- _____
- _____

Février

- suivre la session de formation des dirigeants de club organisée par le district si vous avez raté celle de décembre/janvier
- rencontrer les membres du comité des relations publiques afin de planifier les activités
- rédiger et diffuser des communiqués de presse sur les prochains événements du club
- publier et distribuer un bulletin de club
- participer à la réunion du Comité de direction et présenter un rapport sur les activités, les réalisations et les plans dans le domaine des relations publiques

- demander des articles pour le bulletin du club du mois prochain
- réactualiser le site Web du club
- _____
- _____

Mars

- rencontrer les membres du comité des relations publiques afin de planifier les activités
- rédiger et diffuser des communiqués de presse sur les prochains événements du club
- publier et distribuer un bulletin de club
- déposer des cartons publicitaires et des brochures dans les bibliothèques, centres commerciaux, etc.
- participer à la réunion du Comité de direction et présenter un rapport sur les activités, les réalisations et les plans dans le domaine des relations publiques
- demander des articles pour le bulletin du club du mois prochain
- annoncer la tenue des prochains concours oratoires
- annoncer la conférence de district
- réactualiser le site Web du club
- _____
- _____

Avril

- rencontrer les membres du comité des relations publiques afin de planifier les activités
- rédiger et diffuser des communiqués de presse sur les prochains événements du club
- publier et distribuer un bulletin de club
- participer à la réunion du Comité de direction et présenter un rapport sur les activités, les réalisations et les plans dans le domaine des relations publiques
- demander des articles pour le bulletin du club du mois prochain
- réactualiser le site Web du club
- _____
- _____

.....

Mai

.....

- rencontrer les membres du comité des relations publiques afin de planifier les activités
- rédiger et diffuser des communiqués de presse sur les prochains événements du club
- publier et distribuer un bulletin de club
- participer à la réunion du Comité de direction et présenter un rapport sur les activités, les réalisations et les plans dans le domaine des relations publiques
- demander des articles pour le bulletin du club du mois prochain
- réactualiser le site Web du club
- vous préparer à remettre vos dossiers à votre successeur
- _____
- _____

Juin

.....

- publier et distribuer un bulletin de club
- participer à la réunion du Comité de direction et présenter un rapport sur les activités, les réalisations et les plans dans le domaine des relations publiques
- rencontrer le futur Comité de direction, remettre vos dossiers au nouveau vice-président aux relations publiques et aider celui-ci à se préparer à assumer ses nouvelles fonctions
- rédiger et diffuser des communiqués de presse sur les prochains événements du club
- réactualiser le site Web du club
- _____
- _____

Annexes



Outils pour réussir

Liste partielle du matériel que vous pouvez commander pour réussir votre mandat de vice-président aux relations publiques :

Note: Les chiffres précédés des lettres FR signifient que le document est publié en langue française

1205	Supply Catalog – Catalogue des fournitures	1151	Radio Spot Announcements... En format CD et cassette audio avec annonces-éclairés de 30 secondes pour radio AM ou FM
1140	« Let the World Know » – Publicity and Promotion Handbook... Guide de publicité et de relations publiques pour les clubs, les divisions et le district	1153	Publicity Pack... Ensemble publicitaire de Toastmasters International
1144DVD	TV Spot Announcements... Vidéo avec annonces-éclairés de 30 secondes pour promouvoir les bienfaits de Toastmasters	1972A	Communication Achievement Award brochure... Comment un club peut honorer une personnalité locale
1150	Public Relations and Advertising Kit... Contient plusieurs outils de promotion de Toastmasters pour les médias		

Plusieurs brochures promotionnelles et communiqués sont disponibles gratuitement ou à faible coût. Consultez le site Web de Toastmasters International :

- accédez au site TI www.toastmasters.org
- cliquez sur l'onglet Online Store
- ensuite, sur Marketing Toastmasters,
- puis, sur Brochures and Fliers

Prospectus d'information (MODÈLE)

CLUB TOASTMASTERS DU CENTRE-VILLE

- Affilié à Toastmasters International, la plus importante organisation internationale dont le but est d'aider chacun à améliorer ses aptitudes à la communication et au leadership.
- L'un des 10 500 clubs Toastmasters dans le monde et des _____ clubs de la province ou du département de _____.
- Club créé en _____.
- Les réunions ont lieu chaque _____ à h à _____ (adresse)
- Les visiteurs sont les bienvenus.

LES MEMBRES DU CLUB PEUVENT :

- Apprendre et pratiquer les techniques d'expression orale.
- Préparer et prononcer des discours préparés sur des sujets qu'ils ont choisis.
- Improviser sur des sujets imposés.
- Acquérir des compétences oratoires dont ils peuvent avoir besoin dans l'exercice de leur profession.
- Développer leurs talents d'écoute et d'évaluation.
- Se familiariser avec la procédure parlementaire.
- Présider des réunions.
- Acquérir de l'expérience dans la gestion du leadership.
- Acquérir suffisamment de confiance en eux pour pouvoir s'adresser aussi facilement à mille personnes qu'à une seule.
- Participer au concours international de discours de Toastmasters International « Le championnat du monde d'art oratoire ».

###

Toastmasters :

Parce que nous avons tous besoin de savoir parler en public

Rancho Santa Margarita, Californie – Si vous êtes comme la plupart des gens, parler en public n'est pas votre passe-temps favori. Et pourtant, à ce jour, toutes les études montrent que pour réussir dans le monde du travail, il est indispensable de savoir faire une bonne présentation orale. Celui ou celle qui possède un vrai talent oratoire laissera loin derrière lui ses collègues que la timidité rend muets, tout particulièrement sur un marché du travail tendu et compétitif. Certains sont prêts à dépenser des fortunes dans des séminaires où ils espèrent acquérir les compétences et l'assurance nécessaires pour oser affronter un public. Mais il existe une solution beaucoup moins onéreuse et que les milieux professionnels tiennent en haute estime : Toastmasters International. Voici plus 80 ans que cette organisation existe et offre à tous ses adhérents un moyen infaillible – et plaisant ! – de pratiquer et d'affûter leurs talents, tant en communication qu'en leadership.

Parti d'un club fondé en 1924 au YMCA de Santa Anna en Californie, Toastmasters est devenu un organisme international de tout premier plan dans le domaine de l'enseignement de l'expression orale et du leadership, aidant ses adhérents à dominer leur trac. Depuis que le docteur Ralph C. Smedley a fondé ce tout premier club, plus de 4 millions de femmes et d'hommes ont profité de la méthode Toastmasters. Actuellement, notre organisation sans but lucratif regroupe plus de 10 500 clubs et 200 000 membres dans plus de 90 pays.

Comment ça marche ?

Un club Toastmasters est un atelier où des femmes et des hommes apprennent par la pratique à développer leurs compétences, dans un environnement agréable et amical. En général, un club compte entre 20 et 40 membres, qui se réunissent une fois par semaine ou tous les quinze jours pour apprendre et pratiquer ensemble les techniques de l'expression orale. Une réunion de club dure en moyenne une heure. La cotisation est abordable et les frais engagés pour un an n'excèdent pas \$75 US.

Une fois qu'ils ont adhéré à un club, les membres progressent en suivant le manuel de base de communication qui comprend une série de 10 projets de discours destinés à leur donner les bases de l'expression orale. Ils ont également à leur disposition un second manuel, « Devenir un leader », qui leur offre 10 projets destinés à leur permettre de se perfectionner en leadership.

Une fois le premier manuel de communication terminé, les membres peuvent choisir parmi une quinzaine de manuels avancés pour développer des savoir-faire dans les domaines qui les intéressent plus particulièrement. Il s'agit de : *Relations publiques, Discours spécialisés, Savoir divertir, Parler pour informer, « The Discussion Leader », Les discours au niveau de la direction, L'orateur professionnel, Être persuasif, Présentations techniques, Communiquer à la télévision, L'art de raconter, Lecture expressive, Communications interpersonnelles, Discours pour occasions spéciales et S'exprimer avec humour.*

Lorsqu'ils ont terminé le manuel « Devenir un leader », ils peuvent continuer dans la voie du leadership, grâce au programme « Mise en pratique du leadership ». Ils ont enfin la possibilité de prendre des postes de leader au sein de l'organisation Toastmasters à différents niveaux.

Dans un club Toastmasters, il n'y a pas de professeur. Ce sont les membres qui s'évaluent mutuellement dans leurs prestations orales. Les évaluations sont un élément essentiel de la méthode éducative

Toastmasters. Les membres d'un club Toastmasters prononcent des discours préparés, évaluent ceux que présentent les autres, et font aussi des improvisations sur des sujets imposés. Ils apprennent aussi à mieux écouter, à assumer différents rôles de leaders en prenant une fonction dans le Comité de direction du club et à maîtriser les procédures parlementaires

L'efficacité de cette formule d'apprentissage toute simple est mise en évidence par le fait que des milliers d'entreprises abritent et subventionnent un club dans leurs murs. Ce type de club sert d'atelier d'entraînement à la prise de parole et au leadership pour leurs employés. Année après année, de plus en plus d'entreprises et d'organismes publics découvrent que la méthode Toastmasters est le moyen le plus efficace et le moins onéreux pour couvrir leurs besoins en formation à la communication. On trouve des clubs Toastmasters au Sénat et à la Chambre des Représentants des États-Unis, mais aussi dans toutes sortes d'organismes locaux, dans des prisons, des universités, des hôpitaux, des églises et sur des bases militaires.

Les Services en direction des communautés locales

Les membres Toastmasters peuvent également être utiles à leurs collectivités locales en organisant le type de programmes ci-dessous :

- **ATELIER JEUNES LEADERS** – entraînement à l'expression orale destiné aux élèves de collèges et de lycées.
- **SÉMINAIRE D'EXPRESSION ORALE** – un « cours express » d'expression orale destiné à des adultes, professionnels du monde des affaires, de l'éducation, de l'industrie ou des organismes gouvernementaux.
- **BUREAU DES CONFÉRENCIERS** – aide d'autres associations à but non lucratif, certains regroupements de citoyens et certaines collectivités à faire passer leurs messages dans l'environnement local.
- **LES GAVEL CLUBS** – introduisent la formation Toastmasters dans les prisons et autres institutions.
- **LES PROGRAMMES « SUCCÈS PAR LA COMMUNICATION et SUCCÈS PAR LE LEADERSHIP »** - modules éducatifs montrant au choix comment conduire des réunions fructueuses, écouter efficacement, utiliser les procédures parlementaires, faire une évaluation, penser de façon créative, devenir un leader, gérer ou former une équipe.

###

*Publicité du concours d'art oratoire*MODÈLE DE COMMUNIQUÉ

Le 9 mars _____

De la part de : Jean Lebrun
Club Toastmasters Centre Ville
000-0000 ou 111-1111

POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

PIERRE LEGRIS LAURÉAT TOASTMASTERS

Pierre Legris est l'orateur par excellence du Club Toastmasters Centre-Ville.

Lors du concours annuel d'art oratoire, monsieur Pierre Legris s'est mesuré à trois autres concurrents jeudi soir dernier au Centre Communautaire Centre-Ville et a été déclaré vainqueur. Il représentera notre club le mois prochain lors du concours annuel du secteur A.

Les autres participants au concours d'hier étaient :

_____. Tous sont membres du club Toastmasters Centre-Ville.

Comptable agréé pour la firme de consultants Atlas, monsieur Legris prononça un discours intitulé « Plus haut et plus loin ».

Le concours d'art oratoire du secteur A aura lieu au Centre Communautaire Centre-Ville le 8 avril prochain et le public y est invité. Le club Toastmasters Centre Ville est l'un des 10 500 clubs Toastmasters à travers le monde. Chaque printemps, des dizaines de milliers de membres participent aux concours de discours dans leurs clubs respectifs. Après avoir successivement gagné les concours d'art oratoire dans les secteurs, les divisions, les districts et les régions, neuf membres Toastmasters se mesureront pour le titre de « Champion du monde d'art oratoire ». Ce concours aura lieu au cours du Congrès de Toastmasters International qui se tiendra du _____ au _____ à _____.

AVIS AU RÉDACTEUR EN CHEF : Monsieur Jean Legris pour être contacté au :
Résidence : 000-0000
Travail : 111-1111

###

MODÈLE DE COMMUNIQUÉ

Le 28 décembre _____

De la part de : Jean Lebrun
Club Toastmasters Centre Ville
000-0000 ou 111-1111

POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

NOUVEAUX DIRIGEANTS TOASTMASTERS

Jacques LeBlanc est le nouveau président du Club Toastmasters Centre-Ville et Manon Dupont est la Toastmaster de l'année.

Jacques LeBlanc est le propriétaire de la Blanchisserie LeBlanc. Il a reçu le maillet de président des mains de Marguerite Durand, gouverneure du district 85 de Hauteville lors du banquet annuel du club le 27 décembre dernier au Club de golf Centre-Ville.

Les autres dirigeants du club sont : Charles Dupré, vice-président à la formation, Jeanne Marquis, vice-présidente au recrutement, Claire McDonald, vice-présidente aux relations publiques, Thomas Duchesne, secrétaire, Jean Legris, trésorier et Marc Moisan, huissier.

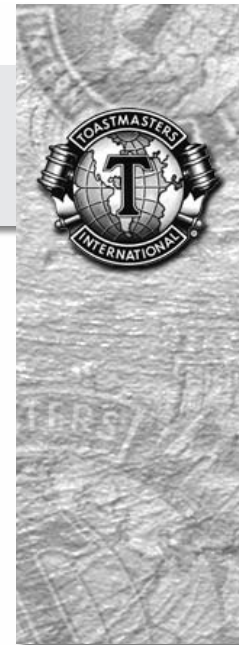
Madame Dupont a été désignée Toastmaster de l'année pour son exceptionnelle participation au programme de formation en communication et en leadership du club. Ses activités cette année incluent le fait d'avoir remporté cinq fois le ruban du meilleur orateur, d'avoir recruté trois nouveaux membres, d'avoir prononcé quatre conférences pour des organisations locales et d'avoir représenté son club à un concours d'art oratoire au niveau du secteur. Elle a aussi occupé la fonction de présidente du comité des relations publiques. Madame Dupont a reçu son trophée des mains de Juliette Dansereau, l'ex-présidente du club.

N.B. Il est possible d'ajouter d'autres informations sur le banquet, comme la présence de certaines personnes de la scène politique ou du milieu des affaires ; le projet du club d'organiser un Atelier jeunes leaders ou un Séminaire d'expression orale au cours du mandat du nouveau président ; ou d'autres événements à venir.

Le Club Toastmasters Centre-Ville offre à ses membres un programme de formation en communication et de leadership. Il est l'un des 10 500 clubs Toastmasters à travers le monde. Les membres se réunissent chaque mardi à 19 heures 00 au restaurant Resto au centre-ville de _____

###

L'équipe dirigeante de votre club



Pour que le club soit un lieu de formation agréable, la participation des membres est bien sûr importante. Mais la qualité des réunions et le succès à long terme du club reposent surtout sur un groupe de personnes qui constituent le Bureau/Comité de direction du club. Voici la liste et les devoirs de chacun des membres de ce comité :

Le président. Il est le plus haut responsable du club. Il supervise son fonctionnement et son organisation.

Hors des réunions du club, il doit :

S'assurer que les responsables du club font un travail conforme aux normes attendues, à la fois dans leur fonction et pour le club ; surveiller le plan de réalisation des objectifs du *Club remarquable* ; encourager le développement de tous dans les voies de la communication et du leadership en les poussant à devenir CC, AC, CL, et AL ; faire en sorte que le club recrute de nouveaux membres tout le long de l'année ; assister aux conférences de district et voter au nom du club ou veiller à ce qu'un membre du club y assiste et vote ; assister à la conférence régionale et au congrès international et voter au nom du club ou envoyer la procuration au gouverneur de district ; veiller à ce que le fonctionnement administratif du club soit conforme à son règlement intérieur ; faire le lien avec le district et avec Toastmasters International ; fixer les dates des réunions mensuelles du Comité de direction et les présider ; chercher un remplaçant lorsqu'il lui est impossible d'assister à une réunion du club ou du Comité de direction ; rechercher des leaders potentiels qui prendront le relais à tous les postes du futur Comité de direction et s'assurer que les élections se déroulent en temps utile ; former son successeur ; assister à la formation des responsables de club organisée par le district.

Pendant les réunions, il doit :

S'assurer que les réunions commencent et se terminent à l'heure ; veiller à ce que les invités soient chaleureusement accueillis et présentés avec enthousiasme ; prendre le temps de parler avec les invités, soit avant, soit après la réunion ; lire ou afficher la mission du club à chaque réunion ; expliquer le *Programme du Club Remarquable*, ainsi que la façon dont le club se positionne dans ce programme ; saluer la réussite des membres, que ce soit dans leur parcours Toastmasters ou dans leur vie personnelle ; préciser dans un rapport dans quels « Instants de vérité » le club est performant.

Le président sortant. Il offre ses conseils et son assistance aux responsables et aux membres du club. Il préside le Comité de sélection des candidatures, aide à préparer la *Grille de planification* du club et encourage le club à faire des efforts pour devenir un *Club Remarquable*.

Le vice-président à la formation. Il est responsable de l'organisation de réunions bien menées permettant à tous les membres d'atteindre leurs objectifs de formation. Il occupe la seconde position dans le comité et préside les réunions du club ou du Comité de direction en cas d'absence du président.

Hors des réunions, il doit :

Planifier les réunions du club, remplir les grilles de programme, attribuer les rôles au moins trois semaines à

l'avance et confirmer chaque programme au moins cinq à sept jours avant la réunion ; encourager les gens à prendre des rôles. Obtenir des nouveaux membres qu'ils s'engagent à obtenir leur certificat de Communicateur Compétent en un an ou moins et les aider à y parvenir en les inscrivant au programme. Obtenir des CC qu'ils s'engagent à obtenir leur certificat de Communicateur accompli Bronze (ACB) dans l'année et des ACB et ACS qu'ils s'engagent à obtenir le certificat suivant dans l'année. Obtenir de tous les membres qu'ils obtiennent leurs certificats de CL et d'AL. Suivre la façon dont tous les membres avancent dans leurs projets ; définir, dans les deux réunions suivant leur adhésion, les objectifs des nouveaux membres au sein du programme Toastmasters ; attribuer un mentor à chaque nouveau membre ; assister aux réunions du Comité de direction du club et présider en cas d'absence du président ; assister aux assemblées générales du district et y voter au nom du club ; voter aux assemblées générales de la région et de Toastmasters International ; assister aux formations de responsables de club organisées par le district ; chercher un remplaçant en cas d'absence à une réunion du club ; former son successeur.

Pendant les réunions, il doit :

Demander à tous les nouveaux membres de participer aux improvisations lors de la première réunion suivant leur adhésion, leur attribuer un rôle au plus tard dans le programme de leur troisième réunion et leur faire prononcer leur discours Briser la Glace au plus tard au cours de leur quatrième réunion ; faire en sorte qu'un membre du club anime au moins une fois par an les ateliers de la collection Le club gagnant « L'évaluation motivante », « Instants de vérité », « Le mentorat » et « À la recherche de nouveaux membres pour votre club » ; faire tous les trois mois le point sur les performances du club en collaboration avec le président du club ; signer les Rapports d'achèvement des projets et s'assurer que les membres remplissent bien leur formulaire de demande de certificat ou faire cette demande en ligne ; présider les réunions en cas d'absence du président.

Le vice-président au recrutement. Occupe la troisième position dans le Comité de direction.

Hors des réunions, il doit :

Diriger les efforts et les campagnes de recrutement. Donner au club l'objectif de recruter un nouveau membre par mois et, dans le cas où le club a moins de 20 membres, d'atteindre les 20 membres avant la fin de l'année. Faire connaître les différents programmes de recrutement de Toastmasters International et organiser dans le club au moins deux campagnes officielles de recrutement par an ; assurer par écrit le suivi des invités, des adhésions de nouveaux membres et des membres absents aux réunions. Relancer les invités ; expliquer la méthode de formation Toastmasters à tous les membres potentiels, les amener à adhérer et leur faire remplir le formulaire d'adhésion. Faire voter le club sur l'admission des nouveaux et, une fois qu'ils ont été admis, recueillir leur frais d'adhésion et leur cotisation et les remettre au trésorier avec les formulaires d'adhésion ; assister aux réunions du Comité de direction du club ; assister et voter aux assemblées de secteur ; assister aux formations de responsables de club organisées par le district ; chercher un remplaçant en cas d'absence à une réunion ; former son successeur.

Pendant les réunions, il doit :

Saluer les invités et prendre leurs coordonnées ; informer le club de l'évolution de l'effectif, lancer les campagnes de recrutement et accueillir chaleureusement les nouveaux membres ; veiller, en collaboration avec le président et le vice-président à la formation, à ce que tous les nouveaux adhérents soient officiellement admis lors de la première réunion qui suit le vote positif du club ; aider les invités qui souhaitent adhérer à remplir le formulaire d'adhésion ; parler régulièrement avec tous les membres pour vérifier si leurs attentes sont satisfaites.

Le vice-président aux relations publiques. Occupe la quatrième position dans le Comité de direction du club.

Hors des réunions, il doit :

Promouvoir le club auprès des médias locaux ; éditer et distribuer au minimum une fois par mois le bulletin de liaison du club ; faire connaître les programmes de recrutement ; assister aux réunions du Comité de direction du club ; assister aux autres manifestations Toastmasters ; assister aux formations des responsables

de club organisées par le district ; chercher un remplaçant en cas d'absence à une réunion du club ; former son successeur.

Pendant les réunions, il doit :

Annoncer toutes les manifestations et tous les événements à venir ; demander des volontaires pour rédiger le bulletin ; saluer les membres et les invités.

Le secrétaire. Occupe la cinquième position dans le Comité de direction.

Hors des réunions, il doit :

Assurer la mise à jour précise et continue de la liste des membres et en remettre un exemplaire au trésorier, à joindre aux cotisations ; envoyer au siège social, dans les 10 jours qui suivent les élections, la liste des responsables du Comité de direction ou ajouter/changer les noms des responsables en ligne ; conserver les archives du club, y compris la charte, le règlement interne, les comptes-rendus de réunions de comité, les décisions et la correspondance ; assister aux réunions du Comité de direction du club ; assister aux formations des responsables de club organisées par le district ; chercher un remplaçant en cas d'absence à une réunion du club ; former son successeur.

Pendant les réunions, il doit :

Prendre en note et lire les comptes-rendus de réunion ; saluer les membres et les invités.

Le trésorier. Occupe la sixième position dans le Comité de direction.

Hors des réunions, il doit :

Préparer, dans le mois qui suit sa prise de fonction, le budget du club et le faire approuver par le Comité de direction et par les membres du club ; fournir sa signature à la banque avant le 1er juillet ou le 1er janvier ; préparer et envoyer les avis de cotisations vers le 15 août et vers le 15 février ; encaisser puis payer en ligne au siège social les cotisations semestrielles avant le 1er octobre et le 1er avril ; et faire équipe avec le vice-président au recrutement pour relancer les membres qui n'ont pas payé leur cotisation ; envoyer les demandes d'adhésion et les cotisations des nouveaux membres dans les deux

jours suivant leur règlement ou faire l'opération en ligne ; acquitter les factures ; garder une trace de toutes les transactions financières du club ; présenter un rapport financier verbal et écrit par trimestre (le 15 octobre, le 15 janvier, le 15 avril et le 15 juillet) ; soumettre les comptes du club à un audit ; assister aux réunions du Comité de direction du club ; assister aux formations des responsables de club organisées par le district ; chercher un remplaçant en cas d'absence à une réunion du club ; former son successeur.

Pendant les réunions, il doit :

Recevoir les formulaires d'adhésion remplis, les frais d'inscription et les cotisations ; rappeler à quel moment les cotisations doivent être payées et expliquer comment se décompose le montant de ces cotisations ; saluer les invités et les autres membres.

L'huissier. Occupe la septième position dans le Comité de direction.

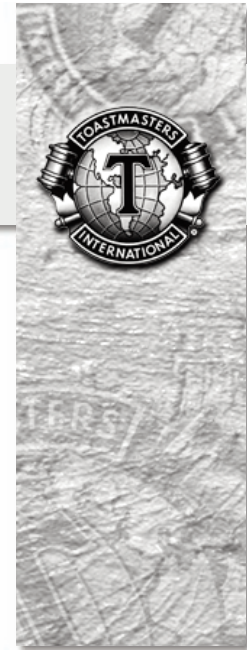
Hors des réunions, il doit :

Réserver la salle de réunion aux dates prévues ; maintenir le matériel du club en bon état et s'assurer après chaque réunion qu'il y a encore suffisamment de fournitures ; assister aux réunions du Comité de direction du club ; assister aux formations des dirigeants de club organisées par le district ; chercher un remplaçant en cas d'absence à une réunion du club ; former son successeur.

Pendant les réunions, il doit :

Préparer la salle au moins 10 minutes avant le début de la réunion ; s'assurer que le pupitre/lutrin est installé, la bannière suspendue, les bulletins de vote et d'évaluation distribués, les récompenses, le catalogue des fournitures, le tableau de progression et le matériel éducatif bien en évidence, les chevalets porte-noms en place et les badges disponibles ; saluer les membres et les invités et faire asseoir ces derniers à côté d'un membre. Saluer le gouverneur de secteur ou tout autre responsable en visite et les conduire auprès du président du club ; s'occuper du menu lorsqu'il s'agit d'une réunion avec repas ; faire en sorte que la réunion commence à l'heure ; ramasser les bulletins de vote et compter les votes pour les récompenses.

L'organisation Toastmasters



Toastmasters international a plus de 10 500 clubs répartis dans 90 pays. Ces clubs ont pour origine des municipalités, des sociétés, des bases militaires, des clubs bilingues et d'autres encore.

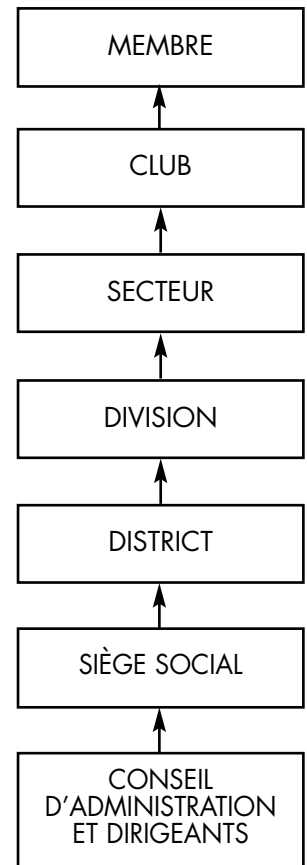
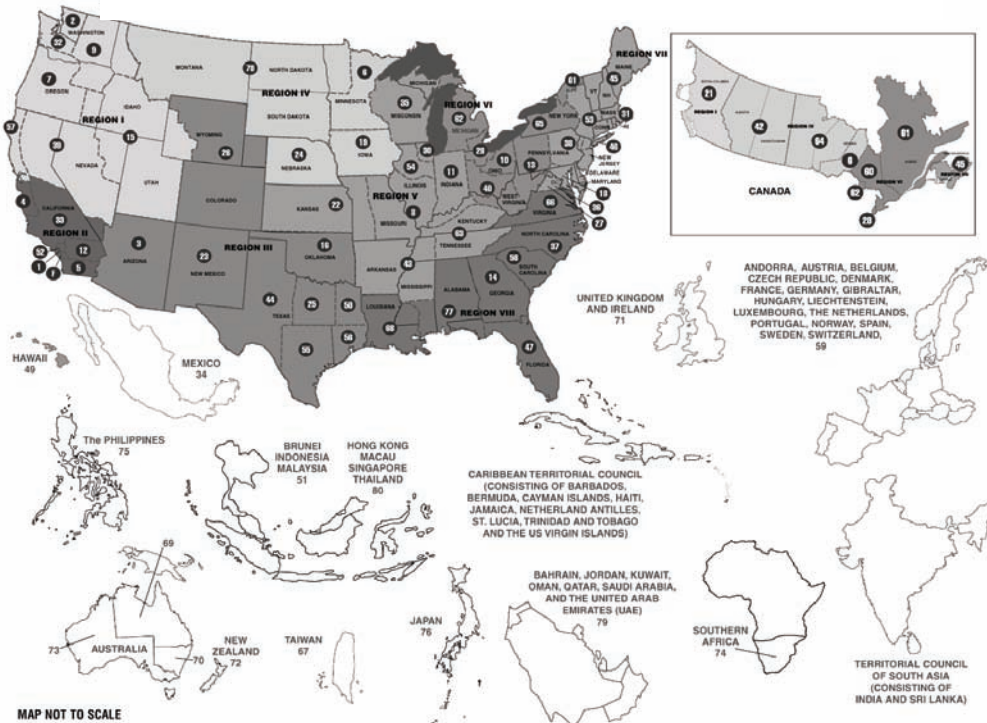
Dans la plupart des cas, les clubs sont regroupés au sein d'unités administratives connues sous le nom de districts qui offrent d'autres possibilités dans le domaine du leadership et des circuits de communication plus riches. Les districts sont à leur tour divisés en secteurs qui regroupent habituellement de quatre à sept clubs locaux. Dans les districts plus vastes, plusieurs secteurs peuvent être regroupés en unité appelée division.

Les gouverneurs de district sont élus chaque année pour servir le district. Un gouverneur de secteur est, soit élu, soit désigné pour servir dans votre secteur. Il devrait visiter votre club au moins deux fois l'an.

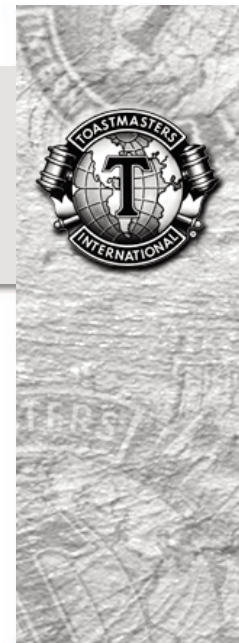
C'est la responsabilité du Conseil d'administration élu de définir les stratégies de l'organisation. À Rancho Santa

Margarita, en Californie, tout près du lieu de fondation de Toastmasters, le personnel du siège social, dirigé par le directeur exécutif, surveille au jour le jour l'activité de l'organisation en envoyant des fournitures et en assistant les clubs et les districts. Les membres et autres visiteurs sont toujours les bienvenus au siège social.

CARTE DES DISTRICTS TOASTMASTERS INTERNATIONAL



L e siège social de Toastmasters International - Références



Le siège social de Toastmasters International fournit matériel et assistance à tous les clubs et districts du monde. Si vous avez des questions à poser ou besoin d'aide, veuillez s.v.p. téléphoner ou écrire à :

Toastmasters International

P.O. Box 9052 • Mission Viejo, CA 92690 U.S.A.

(949) 858-8255 • FAX: (949) 858-1207 • www.toastmasters.org

Pour être sûr d'adresser vos questions au bon département, merci de consulter la liste ci-dessous :

Donna H. Groh

Directrice exécutive

r1amb@toastmasters.org

Conseil d'administration • Anciens présidents et directeurs internationaux • Citations présidentielles • Marques déposées

Opérations et administration

Nancy L. Langton, directrice
nlangton@toastmasters.org

Administration

jturpie@toastmasters.org

Règlementation des clubs, des districts, et internationale

Politiques administratives

Candidats : dirigeants et directeurs internationaux

Services aux membres

Darci Maenpa, administratrice
dmaenpa@toastmasters.org

Effectif des clubs, questions, nouveaux membres, récompenses :
membership@toastmasters.org

Renouvellement des cotisations :
renewals@toastmasters.org

Récompenses éducatives, questions :
educationawards@toastmasters.org

Changements d'adresse :
addresschanges@toastmasters.org

Listes des dirigeants, changements, questions :
clubofficers@toastmasters.org

Procurations internationales, duplicatas :
duplicateproxies@toastmasters.org

Nouveaux clubs, questions :
newclubs@toastmasters.org

Mots de passe, demandes :
lostpassword@toastmasters.org

Commandes de fournitures, questions :
supplyorders@toastmasters.org

Règlements, changements :
clubbylaws@toastmasters.org

Finances

Jane McPherson, contrôleur et gestionnaire

jmcperson@toastmasters.org

États de compte des clubs :
statements@toastmasters.org

Certificats d'assurances :
cperez@toastmasters.org

Réserves des districts, requêtes :
mpowers@toastmasters.org

Fonds Ralph C. Smedley :
cperez@toastmasters.org

Services aux dirigeants des clubs et des districts

Stephanie Demiris, administratrice
sdemiris@toastmasters.org

kvangunst@toastmasters.org

Soutien aux clubs et aux districts

Districts remarquables, Divisions, Programmes des secteurs :

rapports

Visites de secteur

Formation des dirigeants de districts

Exigences minimums requises pour un district

Listes des dirigeants de district : changements/questions

Effectif du district : demandes de rapports

Communication et marketing

Daniel Rex, directeur
drex@toastmasters.org

Marketing et Marchandisage

Promotion de nouveaux clubs

Programmes de recrutement

Mise en œuvre de la publicité et de la promotion

Relations avec les entreprises

Programmes de formation
Debbie Horn, responsable

dhorn@toastmasters.org
dyosha@toastmasters.org

Manuels de formation

Programme du Club remarquable

Concours oratoires

Programme de l'orateur accrédité

Matériel de formation des dirigeants de club

Matériel de formation destiné aux clubs

Jeunes leaders

Publications et Relations publiques

Suzanne Frey, responsable
sfrey@toastmasters.org

Magazine *The Toastmaster*

Publications en général

Relations publiques

Service de l'information

Ron Leutbecher, responsable
rleutbecher@toastmasters.org

Production

Larry Langton, directeur
llangton@toastmasters.org

Sélection, emballage et expédition des marchandises

Impression et reliure

Réception des marchandises

Maintenance et entretien

Gestion et inventaire de l'entrepôt

Avez-vous encore des incertitudes quant à la personne à contacter ? Allez sur le site Web de TI à www.toastmasters.org, et cliquez sur l'onglet « Contact Us » ou envoyez un courriel à tminfo@toastmasters.org

I ndex



Annexes	28	Promesse du Toastmaster	4
Bulletin	12 à 17	Rapport - Administration du club	14
Calendrier des événements - Bulletin	14	Reconnaissance de réalisations.....	13
Calendrier et Liste de vérification du vice-président aux relations publiques	23	Recrutement - Programmes de.....	13
Ce qu'il faut faire et ne pas faire - Matériel publicitaire	11	Remplacement	17
Club remarquable, Club remarquable sélect, Club remarquable du président.....	20	Relations publiques - Ce que sont les	7
Comité de direction (Bureau)	17	Relations publiques plutôt que publicité	8
Comité des relations publiques	17	Secrétaire - Responsabilités.....	36
Communiqués - Modèles	31,32, 33	Siège social de Toastmasters International - Références	37
Dirigeants de votre club - Accueil - l'Équipe.....	35	Site Web.....	12, 16
Entretiens et talk-shows.....	11	Sommaire.....	5
Étapes pour réussir	7	Successeur - Formation	17
Événement Toastmasters.....	17	Supervision.....	21
Formation des dirigeants de club.....	7	Talk-shows	11, 12
Grille de planification du club.....	19	Toastmasters International - L'organisation.....	38
Huissier - Responsabilités.....	37	Toastmasters International - Mission.....	3
Journal d'entreprise.....	16	Toastmasters International - Références - Siège social.....	39
Leadership - L'occasion de le démontrer	21	Trésorier - Responsabilités	37
Lecteurs - Intérêts.....	14	Vice-président à la formation - Responsabilités	35
Liste de vérification/Calendrier du vice-président aux relations publiques	23	Vice-président au recrutement - Responsabilités.....	36
Matériel publicitaire - de formation.....	10, 11, 13	Vice-président aux relations publiques - Responsabilités (condensé)	36
Médias	8, 9, 10, 13		
Mission d'un club Toastmasters.....	3		
Mission de Toastmasters International	3		
Modèles - Prospectus, communiqués, publicité.....	31,32, 33, 34		
Organisation Toastmasters	38		
Outils pour réussir	29		
Président - Responsabilités	35		
Président sortant - Responsabilités	35		
Programme du Club remarquable.....	19		







