



# Analiza nevoilor membrilor Programe și servicii

Despina Pascal  
Consultant CIPE

# Obiectivele sesiunii

- Conștientizare asupra rolului cunoașterii nevoilor membrilor;
- Cunoștințe suplimentare referitor la instrumente de proiectare pentru programe și servicii noi;
- Crearea unui cadru la seminar de operaționalizare a acestor cunoștințe.

# Nevoile și așteptările membrilor

*“Nevoia este cel mai bun profesor”- te îndrumă ce trebuie sa faci*

## **Caracteristicile unei organizații cu membri**

- Are o bază largă de membri activi;
- Se orientează după cererea membrilor
- Rămâne o organizație deschisă învățării continue

# Membrii sunt “proprietarii” clienții “conduc” organizația

Discuție facilitată de instructor:

- Care sunt nevoile membrilor și, respectiv nevoile managementului unei organizații?
- Cum sunt aceste nevoi abordate și rezolvate în prezent în asociațiile reprezentate în sală?
- Care este raportul dintre nevoile exprimate de membri și cererea lor de servicii?

# Cum se pot identifica aceste nevoi?

- Metode simple, dar un proces continuu
  - Focus –grupuri cu actualii membri
  - Vizite periodice efectuate la sediul membrilor;
  - Conducerea de anchete/sondaje periodice
  - Corespondență directă
  - Telemarketing; call centers
  - Identificare cauze de neplată cotizației sau retragere din organizație, etc.

Cum integram nevoile și  
așteptările în strategia și  
portofoliul de servicii al  
organizației?  
-asta-i întrebarea!

# PIRAMIDA NEVOILOR

\*(Abraham Maslow, *Motivation and Personality*, NY, Harper & Row, 1954)

## PROPRIA DEZVOLTARE

auto-dezvoltare, să-și dovedească potențial de creștere,

## RESPECTUL DE SINE

respect, apreciere, reputație publică și recunoaștere

## APARTENENȚA SOCIALĂ

dragoste, credință, apartenență la un grup social

## SECURITATE

nevoi de siguranță și securitate

## FIZIOLOGICE

nevoi de viață

# Membrii se asteaptă să primească “valoare”, nu numai servicii

- Satisfacția că nevoile lor sunt cunoscute și există preocupare constantă pentru a fi întâmpinate;
- Valoare nu este o sumă de servicii primite, ci un beneficiu sinergetic;
- Gradul de satisfacție este strâns legat de “bunul renume” (vizibilitate, reputație, credibilitate, ascensiune în plan social)



# Exercițiu

- Participanții se vor împărți în grupe de lucru
- Tema în grupa de lucru: Proiectarea unui serviciu/program nou cu valoare adăugată mare și inovator; Plan de marketing
- Participanții prezintă Planul de marketing al serviciului proiectat
- Comentarii, întrebări din sală
- Evaluare și premierea celui mai inovator și fezabil serviciu/program

# Concluzii

- Nevoile și așteptările membrilor sunt fundamentul oricărei strategii;
- Mecanism de culegere feedback în mod regulat și sistematic de la membri actuali, foștii membri, non-membri;
- Misiunea și viziunea organizației aliniată așteptărilor membrilor;
- Portofoliul de programe și servicii care să întâmpine cererea membrilor.

# Concluzii

Deși organizațiile sunt într-un mediu concurențial iar viața dovedește că sunt multe sunt extrem de antreprenoriale și antrenate pe piață, totuși banii unei organizații nu sunt totul;

Succesul unei organizații nu ține de câte venituri este în măsură să genereze, ci cât de mult sunt activitățile (inclusiv capacitatea de furniza servicii) aliniate cu scopul și obiectivele din statutul acesteia.