



Réseaux de jeunes professionnels (RJP)

Manuel à l'intention des chambres et associations

Édition 2022

L'avenir du secteur immobilier canadien dépendra de la capacité de la prochaine génération de courtiers et agents immobiliers à lancer, bâtir et poursuivre une carrière fructueuse, tout en développant les compétences et la passion essentielles pour devenir des chefs de file et des ambassadeurs de la marque.

Pour faciliter cette trajectoire, la communauté immobilière doit doter les jeunes et les nouveaux courtiers et agents immobiliers d'outils afin qu'ils soient mieux branchés, puissent tirer profit de précieuses ressources et puissent développer une passion pour le bénévolat. Elle doit de plus leur offrir une structure permettant le développement des compétences en leadership.

Plusieurs chambres et associations immobilières d'un bout à l'autre du Canada reconnaissent que les Réseaux de jeunes professionnels (RJP) peuvent s'avérer un outil efficace pour atteindre les jeunes et les nouveaux courtiers et agents immobiliers, favoriser une culture axée sur l'engagement et contribuer à leur essor à l'aide d'un soutien ciblé. Ce manuel a pour but de guider les chambres et associations depuis le tout début, alors qu'elles prennent conscience de la valeur d'un RJP pour leurs membres, jusqu'à la tenue de leur premier événement.

Le programme Connexion RJP de l'ACI souhaite créer une plateforme qui unit et renforce les Réseaux de jeunes professionnels en faisant la promotion des meilleures pratiques et du leadership. Pour obtenir davantage de ressources ou entrer en contact avec la communauté #RJPimmo, visitez CREA.ca/ConnexionRJP.

Table des matières

01 Introduction.....	4
Définition d'un RJP	5
Piliers d'un RJP.....	6
Diversité des RJP.....	7
Avantages d'un RJP.....	8
Valeur pour les membres.....	9
Témoignages	10
02 Lancement.....	11
Démarrage.....	12
Structure de votre réseau	13
Première réunion du comité.....	17
Sensibilisation et recrutement.....	18
03 Fonctionnement	19
Événements.....	20
Inscription	21
Promotion	22
Commanditaires.....	23
Après-événement.....	24

INTRODUCTION

Définition d'un RJP

Piliers d'un RJP

Diversité des RJP

Avantages d'un RJP

Valeur pour les membres

Témoignages

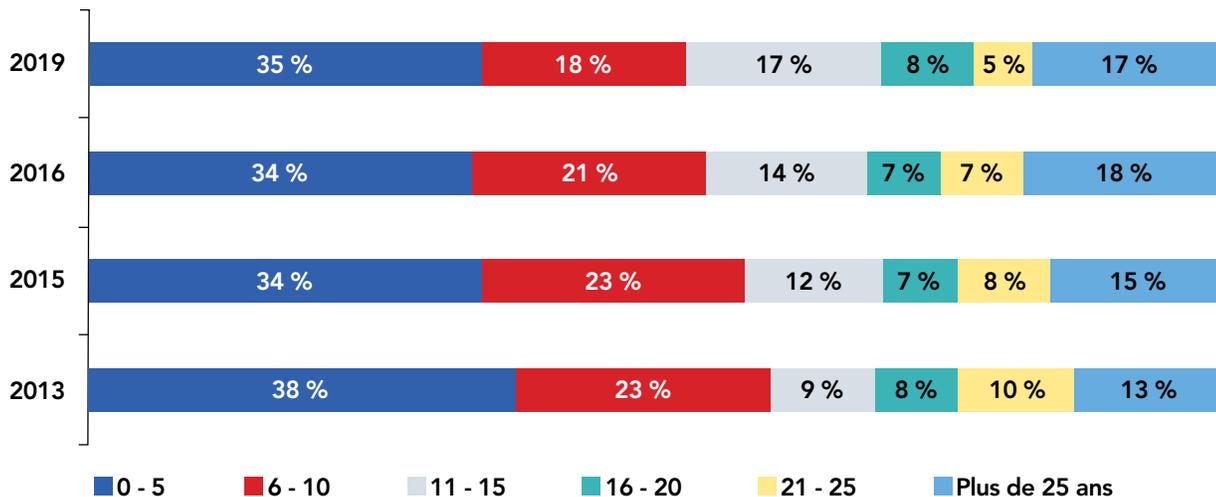
Définition d'un RJP

Un Réseau de jeunes professionnels est un groupe organisé de personnes, souvent associé à un secteur d'activité ou à une région géographique en particulier, qui mise sur la constitution de réseaux personnels, le perfectionnement de compétences professionnelles et un engagement plus étroit dans son secteur.

Les RJP ont été conçus pour connecter et mobiliser les jeunes ou les nouveaux membres d'une profession, d'un domaine ou d'une région géographique. Ils donnent une voix à ce groupe démographique, tout en créant un milieu axé sur la participation.

Comme les jeunes et les nouveaux courtiers et agents immobiliers sont l'avenir de notre secteur d'activité, il est important que la communauté immobilière développe une relation positive avec eux dès le début de leur carrière. Outre ce besoin manifeste, la demande est également au rendez-vous : le Sondage 2019 auprès des membres de l'ACI révèle que 30 % des courtiers et agents qui n'appartiennent pas à un RJP souhaitent se joindre à un tel réseau.

Ce sondage indique aussi que 35 % des courtiers et agents ont cinq années d'expérience ou moins.





Piliers d'un RJP

Les trois piliers sur lesquels repose un RJP sont le réseautage, la formation et le leadership. Il s'agit là des forces motrices des RJP, qui contribuent à cerner les domaines prioritaires tout en créant des expériences enrichissantes pour vos membres. Ce sont ces trois piliers qui rendent les RJP si attrayants aux yeux des jeunes et des nouveaux courtiers et agents immobiliers. Vous devez donc en tenir compte au moment de prendre des décisions liées à votre réseau.

Réseautage

Établir des relations peut être déterminant dans le lancement d'une carrière. Les RJP permettent aux jeunes et aux nouveaux courtiers et agents immobiliers de nouer des contacts dans un cadre plus décontracté, les aidant ainsi à bâtir leur réseau. Ils sont aussi l'occasion de faire connaître à ces membres les principaux événements de l'association auxquels vous souhaitez qu'ils participent, par exemple l'Assemblée générale annuelle.

Formation

Les courtiers et agents immobiliers apprennent sans cesse et se tiennent au courant des dernières nouveautés et pratiques leur permettant de mieux servir leurs clients. Les RJP peuvent les aider à suivre la courbe d'apprentissage abrupte que l'on observe dans le secteur immobilier. Les ateliers et le mentorat sont couramment utilisés pour former les jeunes et les nouveaux courtiers et agents, mais les RJP peuvent également donner à ces membres l'occasion de transmettre leurs connaissances dans leur domaine d'expertise.

Leadership

Les occasions de développer des compétences en leadership au début d'une carrière peuvent être limitées. Les RJP viennent combler cette lacune en offrant aux nouveaux courtiers et agents immobiliers diverses possibilités, par exemple siéger à un comité ou diriger des événements et des programmes. Pour les chambres et associations, ces réseaux constituent un cadre idéal pour former la prochaine génération de dirigeants.

Diversité des RJP

En découvrant la communauté des RJP, vous constaterez rapidement qu'il n'y a pas deux réseaux identiques. Cela peut paraître surprenant, mais c'est logique, car un **RJP doit être adapté à ses membres**. Pour illustrer cette diversité, nous avons demandé à des RJP actifs au sein de la communauté immobilière de nous présenter leur réseau.



Le Lakelands Professionals Network (LPN) propose des activités de réseautage attrayantes à tous les agents immobiliers membres de la Lakeland Association of REALTORS®. Dirigé par un groupe de trois ou quatre bénévoles et un agent de liaison, il n'est doté d'aucun conseil d'administration officiel. Il n'y a aucune exigence formelle pour être

bénévole, si ce n'est la volonté d'offrir une valeur ajoutée aux membres du réseau. Chaque événement du LPN doit comporter trois dimensions : le plaisir, les possibilités de réseautage et les occasions d'apprentissage. Ils attirent aussi bien des jeunes membres que des plus âgés, et autant de nouveaux venus que de vieux routiers.



Le RJP de l'Ontario Real Estate Association (OREA) relève de son conseil d'administration et est dirigé par un comité permanent qui compte à l'heure actuelle 18 membres. Il peut être présidé par un membre du conseil d'administration de plus de 40 ans; les autres membres du comité

doivent cependant être âgés de 40 ans ou moins. On souhaite ainsi s'assurer que les jeunes agents immobiliers ont la possibilité d'occuper un rôle de direction, qu'ils viennent diversifier le profil des dirigeants au sein de la profession et qu'ils participent à la détermination des activités du réseau. Les prix de leadership du RJP de l'OREA sont décernés à des membres de 40 ans ou moins, mais toutes les autres activités du RJP sont ouvertes à l'ensemble des membres.



À l'Ottawa REal Estate Board (OREB), le réseau professionnel est ouvert à tous les membres de la chambre. Son comité se compose de 12 membres, dont un administrateur, et le président n'a pas à être un administrateur. Le comité met l'accent sur l'engagement de la communauté immobilière et propose des expériences d'apprentissage et des événements favorisant le maintien des

valeurs de professionnalisme et de coopération. Les membres du comité, en plus de se démarquer par leur esprit créatif et une volonté de participer, doivent suivre le cours gratuit d'introduction au leadership offert par l'ACI : Leadership 100.



Le comité de mobilisation des membres de la Winnipeg Regional Real Estate Board (WRREB) supervise le programme RJP de l'association. Ce comité est formé de douze membres et de cinq employés. Les événements organisés par leur RJP favorisent la camaraderie et offrent

des possibilités de réseautage professionnel et de partage des connaissances. Bien que ces événements soient surtout destinés aux jeunes professionnels, le mot « jeune » n'est pas défini, et les jeunes en expérience et les jeunes de cœur sont également les bienvenus. Ce RJP encourage la participation au comité et forme les futurs dirigeants de la WRREB.

Avantages d'un RJP

Lorsque les jeunes et les nouveaux courtiers et agents immobiliers s'impliquent, tout le monde en tire profit. Voici certaines des raisons pour lesquelles une chambre ou une association devrait envisager la création d'un RJP :

Professionalisme des courtiers et agents immobiliers : Les gestes que pose chaque personne ont des répercussions sur l'ensemble. C'est d'autant plus vrai dans le secteur immobilier. Les RJP se veulent une tribune pour l'enseignement et l'atteinte des plus hautes normes en matière de conduite personnelle et de valeurs professionnelles, comme le prévoit le Code de conduite des membres de l'ACI, et selon les attentes des consommateurs.

Communications stratégiques : Les voies de communication et les événements axés sur les RJP offrent aux chambres et associations une occasion de communiquer et de dialoguer directement avec ce groupe démographique.

Adhésion des membres : Les RJP permettent de sensibiliser les jeunes et les nouveaux courtiers et agents aux avantages de leur adhésion et à la valeur que procurent les chambres et associations à l'échelle locale, provinciale et nationale. Cela vous permet de resserrer vos relations avec eux plus tôt dans leur carrière.

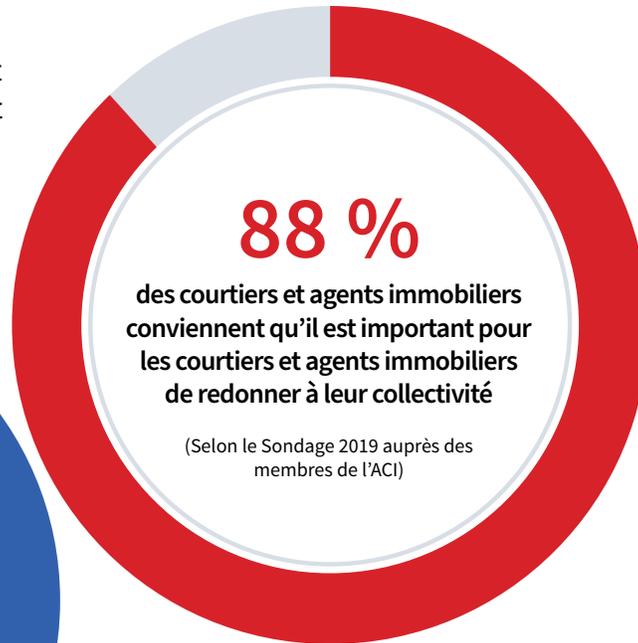
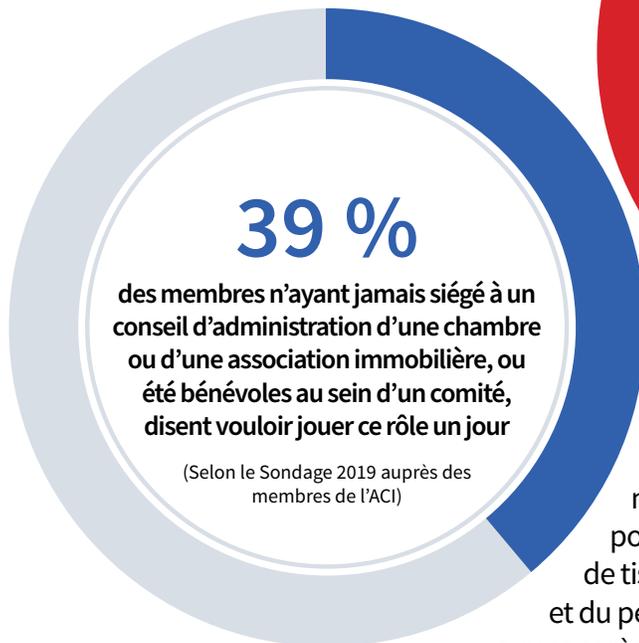
Chefs de file de demain : Les RJP réunissent les courtiers et agents immobiliers soucieux de leur carrière et souhaitant assumer un rôle de leader et à redonner à leur collectivité. L'identification et la mobilisation de ces courtiers et agents dès le début de leur carrière permettent aux chambres et associations d'accéder à un plus grand bassin d'éventuels leaders aptes à apporter une contribution à long terme.

Nouvelles idées : Les RJP se prêtent au partage d'information intergénérationnel, permettant ainsi à tous les membres d'accroître leur bagage de connaissances et d'apprendre les uns des autres.

Valeur pour les membres

Les RJP sont un mécanisme permettant aux courtiers et agents ambitieux et travailleurs de bien prendre en main leur carrière au sein de la communauté des associations immobilières et d'y contribuer. En fournissant le soutien et les ressources nécessaires pour aider les courtiers et agents à atteindre leurs objectifs professionnels, les RJP ont un impact significatif sur les membres. Ensemble, les chambres et associations peuvent étendre la portée des RJP au sein du secteur immobilier et en maximiser la valeur pour les jeunes et les nouveaux courtiers et agents.

Soutien de la communauté : Les jeunes et les nouveaux courtiers et agents immobiliers sont confrontés à des enjeux particuliers. En faisant partie d'un réseau de pairs, ils ont accès à du mentorat et peuvent apprendre les uns des autres et obtenir du soutien.



Possibilités de leadership : Les RJP sont des tremplins grâce auxquels les jeunes et les nouveaux membres peuvent accéder à des postes d'influence. Ils permettent aux membres de tisser des liens avec des membres de la direction et du personnel en plus de les encourager à assister aux congrès, aux événements et à la formation destinés aux courtiers ou agents.

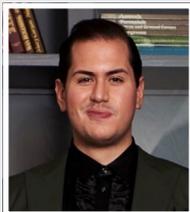
Bénévolat : Les RJP encouragent les membres à participer aux initiatives caritatives et à faire du bénévolat dans leur collectivité. De tels gestes contribuent à valoriser les marques personnelles, à accroître la visibilité du courtier et agent et à bâtir sa réputation au sein de sa communauté immobilière.



Communiquez avec la communauté REALTORS Care® pour savoir de quelle façon les RJP peuvent s'impliquer dans les collectivités locales et changer les choses. Visitez [REALTORSCare.ca](https://www.realtorcare.ca) pour plus de détails.



Pour savoir s'il existe un RJP actif au sein de votre association locale ou provinciale de courtiers et d'agents immobiliers, ou pour entrer en contact avec la communauté RJP, consultez le répertoire national des RJP au [CREA.ca/ConnexionRJP](https://www.crea.ca/ConnexionRJP).



James Milonas

Ancien président du RJP 2020 de l'Ontario Real Estate Association

« Le Réseau de jeunes professionnels a été le catalyseur de ma carrière dans la communauté des associations immobilières. J'ai commencé à faire du bénévolat au sein du RJP de l'OREA et j'ai décidé de m'impliquer en même temps au sein du conseil d'administration de ma région. Après avoir siégé un an au comité, j'ai décidé de me présenter au conseil d'administration de l'OREA. Le RJP m'a énormément apporté. Les rencontres avec des personnes aux vues similaires m'ont donné l'occasion de me familiariser avec la structure des réunions avant de passer à la table du conseil. Cela m'a aussi permis d'établir des contacts dans toute la province. Je crois beaucoup aux avantages du Réseau de jeunes professionnels et j'estime que chaque chambre au pays devrait avoir son RJP. »



Kate Philpott

Présidente du RJP de la Vancouver Island Real Estate Board

« J'ai commencé à m'impliquer auprès du RJP en 2018, après qu'un membre de ma chambre immobilière m'a parlé de ce programme. La Vancouver Island Real Estate Board a toujours eu du mal à maintenir un RJP fort en raison de son vaste territoire, qui s'étend de Tofino à Duncan. Je tenais beaucoup à créer un programme durable dans lequel les jeunes agents pourraient s'impliquer et la chambre m'a appuyée. Nous avons depuis organisé plusieurs événements allant des ateliers de formation aux activités de soutien communautaire, en passant par de joyeux 5 à 7. La fréquentation a augmenté, et notre communauté RJP a le vent dans les voiles! Ce programme a eu de nombreux effets positifs sur ma carrière. J'ai noué de nouvelles relations avec des courtiers et agents membres de RJP de partout en Amérique du Nord et vu tout le monde s'unir pour redonner à la communauté. Tout cela a été extrêmement gratifiant. Si l'idée de vous joindre à un RJP vous séduit, impliquez-vous! »



Lisa Patel

Présidente sortante de la Toronto Regional Real Estate Board

« Je n'oublierai jamais mon premier contact avec le RJP, il y a cinq ans, lors d'un événement de l'ACI. J'ai été marquée par l'ensemble de l'expérience et par la rencontre de formidables courtiers et agents de partout au pays qui sont restés des amis. J'ai apprécié mes années au sein de comités du RJP pendant lesquelles j'ai été présidente du RJP de la TRREB, membre du RJP de l'OREA et lauréate du prix de leadership du RJP. Le RJP m'a poussée à vouloir en faire davantage pour ce secteur d'activité que nous aimons tous et il m'a amenée à rester active dans la communauté des associations immobilières. C'est une question d'expérience, d'engagement, d'apprentissage et de relations. Pour reprendre les mots de Kamala Harris : "Rêvez avec ambition, dirigez avec conviction et voyez-vous tel que les autres ne vous voient peut-être pas, simplement parce qu'ils ne vous ont jamais vu ainsi auparavant; et sachez que nous applaudirons à chaque étape de votre parcours." Et moi, je continuerai à applaudir mes collègues des RJP, car je crois en eux. »

LANCEMENT

Démarrage

Structure de votre réseau

Première réunion du comité

Sensibilisation et recrutement

Avant de lancer un RJP, vous devrez prendre des moyens concrets pour déterminer en quoi il constituera une valeur ajoutée pour vos membres, mieux comprendre le fonctionnement d'un tel réseau et bien vous préparer afin de réussir.

Lisez les commentaires des membres

Les chambres et associations reçoivent constamment de la rétroaction de leurs membres sur toutes sortes de sujets. Prenez connaissance des commentaires plus récents : avez-vous reçu des questions au sujet des RJP? Les membres ont-ils des interrogations ou des demandes auxquelles les activités d'un RJP pourraient répondre? Puisque votre réseau sera au service de vos membres, c'est une excellente idée de vous servir de leurs commentaires comme point de départ.



Vous pourrez peut-être vous renseigner sur les RJP en dehors du secteur immobilier (p. ex., votre chambre de commerce locale).

Examinez les ressources à votre disposition

L'ACI a travaillé en étroite collaboration avec la National Association of REALTORS®, de même qu'avec des RJP d'un bout à l'autre du Canada, afin d'offrir diverses ressources aux chambres et associations provinciales et locales qui souhaitent créer leur propre RJP. Pour profiter de ces ressources, visitez CREA.ca/ConnexionRJP.



Si votre proposition ne reçoit pas l'appui escompté, proposez de mener un sondage ou d'organiser un événement pilote pour prouver la pertinence d'un éventuel RJP.

Contactez les RJP locaux

Demandez aux RJP actifs dans votre région de parler de la création, de la croissance et de l'adaptation de leur réseau pour répondre aux désirs et besoins de leurs membres. Vous pourrez ainsi obtenir de précieux renseignements sur les occasions et défis liés à l'organisation d'un réseau. Voici quelques questions que vous pouvez d'abord poser :

- Comment définiriez-vous votre RJP?
- Avez-vous un comité de RJP?
- Quelle est votre structure de gouvernance?
- Quels sont les défis auxquels vous avez été confrontés?
- Comment avez-vous surmonté ces défis?
- Quel type d'événements organisez-vous?
- De quelle façon communiquez-vous avec les membres de votre RJP?

Proposition

Maintenant que vous avez fait des recherches à l'interne et que vous avez recueilli toute l'information pertinente auprès de sources extérieures, il est temps de mettre vos idées par écrit et d'obtenir l'approbation officielle pour lancer votre RJP. Lorsque vous élaborez votre proposition, suivez la méthode en usage à votre chambre ou association. Assurez-vous que votre RJP sera reconnu comme un programme d'association courant; vous devrez donc l'aborder de la même manière que tous les autres projets.

Structure de votre réseau

Il existe différentes façons de structurer votre RJP. Ils ne sont pas tous dotés d'un comité officiel. Ce qui fonctionnera le mieux pour vous dépendra de la taille de votre chambre ou association et des ressources à votre disposition. Les RJP évoluent avec le temps; commencez donc par un modèle que vous pourrez gérer dès maintenant, puis faire croître. Voici quelques exemples :

RÉSEAU ET COMITÉ	RÉSEAU	PARTENARIAT
		
<p>Créer un comité officiel qui jouera un rôle moteur dans votre RJP.</p> <p>Avantages : Les comités offrent une forte structure de soutien, allègent la charge de travail du personnel, favorisent la mobilisation des membres, développent des compétences en leadership et l'expérience en comités.</p> <p>Inconvénients : Les comités peuvent nécessiter beaucoup de temps et ressources.</p>	<p>Créer un RJP.</p> <p>Avantages : Habituellement moins coûteux à administrer; allège la prise de décisions.</p> <p>Inconvénients : Dépend plus des bénévoles, augmente la charge de travail pour le personnel et réduit les occasions pour les membres d'acquérir de l'expérience officielle en leadership.</p>	<p>S'associer à une autre chambre ou association.</p> <p>Avantages : Les partenaires partagent les coûts de gestion du RJP et jouissent d'ordinaire d'une plus grande capacité de tenir des événements, de créer des ressources et de mobiliser leurs membres.</p> <p>Inconvénients : Ni la chambre ni l'association n'ont la propriété intégrale du RJP et elles doivent être prêtes à faire des compromis.</p>



Structure de votre comité

Si votre réseau est régi par un comité, vous voudrez peut-être commencer par l'élaboration d'un mandat. Ce document contient des renseignements clairs et précis sur l'organisation du comité, l'objectif qu'il tente d'atteindre, sa composition et quand, où et à quelle fréquence il se rencontre. Ce document peut être utilisé pour orienter les prises de décisions et le protocole du comité, donc de garder le cap. Tenez compte de ce qui suit :

- Nom – donne une identité et des objectifs généraux.
- Type – permanent ou spécial.
- But – peut s'inspirer du but énoncé dans votre proposition.
- Responsabilités et limites – directives précises qui définissent les buts ou les tâches, et le lien avec toutes autres activités qui se chevauchent.



À moins que le but d'un comité puisse être précisé par écrit, le comité ne s'avère probablement pas nécessaire.

- Responsabilité – de qui le comité relève-t-il (p. ex., le conseil d'administration), de quelle façon et quand?
- Composition et critères d'adhésion – le processus de sélection des membres et de la dotation des postes.
- Vote – la manière dont les motions sont adoptées (p. ex., vote majoritaire) et le rôle du président et du personnel lors du vote.
- Ressources nécessaires – personnel, budget, dépenses, etc.



Guide de procédure des assemblées délibérantes, un guide pratique pour vous aider lors de la tenue de vos réunions et de vos prises de décisions en tant que groupe. Trouvez-le au [CREA.ca/ConnexionRJP](https://crea.ca/ConnexionRJP).



Sélection des membres du comité

Lorsque vous sélectionnez les membres du comité, vous voudrez peut-être tenir compte de ce qui suit :

- Les membres sont-ils nommés ou élus? S'ils sont nommés, par qui? S'ils sont élus, quelle est la procédure?
- Combien de postes y a-t-il à pourvoir au sein du comité?
- Quelle est la composition du comité? La représentation dépend-elle de la géographie, du type de services immobiliers, de l'expérience, etc.?
- Quelles sont les compétences, les connaissances et l'expérience que chaque candidat apporte? Pourra-t-il bien travailler avec les autres membres? Quelle sera sa contribution au comité dans son ensemble?

Sélection d'un agent de liaison

Le titulaire de ce poste doit accorder un soutien opérationnel au comité. Voici quelques-unes des principales responsabilités d'un agent de liaison :

- Entretenir un contact régulier avec le président et s'assurer que ce dernier s'acquitte de ses tâches administratives.
- Travailler en étroite collaboration avec le président et le comité afin de proposer et de coordonner des réunions et événements qui s'articulent autour de la mission et des objectifs du réseau.
- Gérer le budget du RJP.

- Préparer les ordres du jour, surveiller et prendre des notes lors des réunions et des événements du comité du RJP.
- Prendre part aux réunions du RJP à l'échelle locale, provinciale et nationale.
- Préparer un rapport sommaire du RJP selon les exigences de la chambre ou l'association.
- Voir à ce que le comité soit au fait de ses politiques et procédures.

Selon les ressources à votre disposition, certaines de ces responsabilités peuvent être attribuées à des membres du comité ou à d'autres membres du personnel.

Créez une discussion de groupe

Les membres de votre comité sont des courtiers et agents immobiliers qui, compte tenu de la nature de leur travail, sont souvent en déplacement. Il est important de maintenir leur niveau d'engagement, même en dehors des réunions. Il existe bon nombre d'applications pour créer des discussions de groupe, mais tâchez d'en choisir une que les membres du comité connaissent bien afin de simplifier le processus.



Songez à avoir recours aux médias sociaux pour promouvoir les élections et recueillir des nominations. Dans le cadre de leur campagne électorale, les candidats peuvent par exemple publier une vidéo avec un mot-clic unique pouvant être utilisé sur de nombreuses plateformes de médias sociaux.

Comment procéder en l'absence de comité

Qu'un comité constitue une option viable ou non pour votre RJP, il existe d'autres façons d'administrer efficacement un RJP. Voici quelques conseils qui pourraient vous aider à créer un RJP sans comité :

- Confier aux membres du personnel et aux bénévoles des tâches administratives lorsque des ressources supplémentaires sont nécessaires.
- Créer des groupes de médias sociaux, listes de diffusion, sites Web et sondages en vue de susciter un sentiment d'appartenance à votre RJP.
- Recruter des bénévoles pour faciliter l'organisation et la tenue des événements.
- Miser sur le concours de gens influents pour promouvoir des événements.
- Tirer profit des médias sociaux pour prendre le pouls des besoins et désirs des membres du RJP.



Première réunion du comité

Une fois que la structure du RJP est créée, l'étape suivante consiste à tenir une réunion avec les membres du comité. La première réunion est un point de départ pour aligner idées et perspectives, et fixer les attentes. Voici certains sujets à aborder lors de la première réunion :

Révision du mandat : Revoyez le mandat du RJP ou la proposition soumise. Si le conseil d'administration n'a défini aucun mandat, vous voudrez peut-être profiter de cette occasion pour rédiger une version préliminaire.

Objectif du comité : Revoyez l'objectif du RJP. Cela vous permettra de fixer des attentes pour les membres.

Rôles et responsabilités : Répartissez les tâches entre le comité et l'agent de liaison. Assignez des rôles pour favoriser la responsabilisation.

Ressources financières : Plusieurs RJP se voient accorder un budget limité par leur chambre ou association, voire aucun. Discutez du budget alloué, des ressources financières et des idées pour des collectes de fonds et des commandites.

Commentaires des membres : La communication étant la clé d'un RJP, il est important de créer une tribune en vue d'obtenir la rétroaction des membres.

Planification d'événements : Commencez à réfléchir à d'éventuels événements et à un calendrier pour votre RJP.



N'oubliez pas que vous n'êtes pas tenu d'organiser des réunions en personne; les réunions virtuelles sont une excellente solution de rechange. Elles offrent une grande souplesse et permettent de réaliser des économies. Il existe de nombreux logiciels de cyberconférence; choisissez-en un que les membres de votre comité connaissent bien.





Sensibilisation et recrutement

Le recrutement représente un volet important du maintien et de la croissance d'un RJP, et ce n'est pas toujours une mince tâche. Cela nécessite souvent bien des ressources humaines, du temps et l'envoi constant de messages. Voici quelques méthodes auxquelles ont recours les RJP d'un bout à l'autre du pays pour constituer leurs réseaux :

Orientation des nouveaux membres : Si votre chambre ou association offre des séances d'orientation ou d'accueil aux nouveaux courtiers et agents, demandez à ce que le RJP figure à l'ordre du jour.

Sondages : Si votre chambre ou association mène un sondage auprès de ses membres, prévoyez une question permettant d'évaluer leur intérêt à l'égard d'un RJP, et ajoutez à votre liste de diffusion le nom des membres intéressés.



Lorsque vous communiquez avec les membres d'un RJP, assurez-vous que l'information est dépourvue de tout jargon d'entreprise et qu'ils comprennent ce que leur implication peut leur apporter.

Sollicitation à froid : Téléphonnez ou envoyez un courriel à vos propriétaires d'agence ou membres locaux pour les renseigner sur le RJP, son importance, et sur la façon dont ils peuvent s'impliquer.

Publications dans les médias sociaux : Publiez régulièrement dans vos médias sociaux. Certains RJP ont créé des groupes Facebook fermés réservés à leur réseau. Cette tribune offre aux membres du groupe l'occasion de publier du contenu à l'intention de leurs pairs, de poser des questions et de partager de l'information. Elle peut aider les chambres et associations à engager un dialogue avec les membres et à créer un sentiment d'appartenance au sein de la communauté, en plus d'être un moyen de savoir ce que désirent les membres.



N'oubliez pas de tenir à jour une liste de diffusion afin de suivre le recrutement et l'intérêt des membres à mesure que votre RJP croît.

Participation à des événements du secteur : Dépêchez des bénévoles ou des membres du comité dans des congrès et expositions commerciales sur l'immobilier. Ils pourront ainsi faire du réseautage auprès d'éventuels membres du RJP.

Documentation : Créez un dépliant ou une brochure présentant aux jeunes et aux nouveaux membres les avantages de l'adhésion à un RJP.



Faites imprimer des cartes professionnelles génériques du RJP. Elles sont faciles à remettre aux membres intéressés et se glissent parfaitement bien dans un portefeuille.



FONCTIONNEMENT

Événements

Inscription

Promotion

Commanditaires

Après-événement

03

La tenue d'événements constitue une excellente façon de favoriser l'engagement chez les membres et susciter un sentiment d'appartenance. Ces événements devraient viser la création d'une ambiance agréable propice aux rencontres, à la socialisation et au réseautage, tout en suscitant l'intérêt des jeunes et des nouveaux courtiers et agents à l'endroit de notre secteur d'activité et de la communauté immobilière.



En raison de la pandémie de la COVID-19, il est important de se renseigner sur les directives sanitaires locales avant de planifier un événement. Même si les directives de santé publique s'assouplissent, il peut être judicieux d'organiser des événements virtuels.

Séances

Si vous songez à organiser un événement de perfectionnement professionnel, vous avez peut-être prévu une série de plusieurs séances. Les membres du RJP préfèrent en général des séances intéressantes où le niveau de participation des membres est élevé. La plupart n'aiment pas les « cours magistraux »; ils préfèrent plutôt participer à la discussion. Des RJP ont connu du succès avec ces formats :

- Table ronde (une grande table ou plusieurs petites animées simultanément).
- Séance d'observation où les participants prennent place en cercle et donnent leur opinion sur des sujets qu'ils connaissent.
- Ateliers (application pratique des sujets faisant l'objet de discussions).
- Pecha Kucha/rencontres Ignite (5 minutes de présentation et 20 diapositives par présentateur).



Besoin d'aide pour faire le suivi des finances? Consultez le modèle de budget d'événement accessible au [CREA.ca/ConnexionRJP](https://crea.ca/ConnexionRJP).

Conférenciers

Un bon conférencier peut vraiment faire toute la différence. Il est donc important d'inviter des spécialistes qui abordent des sujets pertinents aux yeux des membres du RJP. Il peut par exemple s'agir de spécialistes d'un autre secteur ou de vieux routiers de l'immobilier ou de membres du RJP local possédant des compétences uniques (p. ex., vidéo, photographie à l'aide d'un drone, marketing de créneau, excellentes relations avec les clients, etc.). Les conférenciers locaux peuvent être en mesure de faire des présentations plus pertinentes et personnalisées.

Avec la technologie d'aujourd'hui, les conférenciers n'ont plus à se rendre sur place pour prendre part à votre événement. Les outils de cyberconférence et de vidéoconférence peuvent vous aider à attirer un conférencier de renom à une fraction du coût.



L'ACI connaît plusieurs conférenciers pouvant traiter de divers sujets susceptibles d'intéresser les jeunes et les nouveaux courtiers et agents de votre RJP. Visitez [CREA.ca/ConnexionRJP](https://crea.ca/ConnexionRJP) pour trouver le Bureau des conférenciers de l'ACI.

Inscription

Une page d'inscription, soit sur votre site Web, dans les médias sociaux ou par l'entremise d'une tierce partie, constituera le principal moyen de partager plus de renseignements avec les éventuels participants, de recueillir des données et des paiements, et de commencer à créer une liste de diffusion pour l'événement (pour que vous puissiez faire un suivi avant, durant et après sa tenue). Vous n'avez pas à dépenser pour la création de pages d'inscription puisqu'il existe plusieurs options en ligne gratuites.

Votre page d'inscription devrait comprendre une description de l'événement, le coût, votre formulaire d'inscription, de même que tout mot-clic ou page d'événement qui y sont associés. Mettez sur vos participants comme outil de promotion de votre événement; le bouche-à-oreille constitue la meilleure publicité.



Envisagez de réclamer des frais d'inscription minimes afin de vous assurer que les participants se présentent; les gens ont plus tendance à participer à un événement lorsqu'on leur impose des frais.

Dès qu'un participant s'inscrit, profitez-en pour le remercier à l'aide d'un message contextuel (généralement inclus dans les plateformes d'inscription en ligne) et l'encourager à partager l'événement sur les médias sociaux.

Les nouveaux inscrits devraient également recevoir un courriel de réponse automatique, les remerciant encore une fois de s'être inscrits. Il s'agit de leur preuve d'achat. Vous pouvez choisir d'ajouter à ce courriel des renseignements sur le stationnement, la tenue et le déroulement de l'événement.



Promotion

La date a été fixée. Le local a été réservé. Il ne vous reste plus qu'à faire en sorte que les membres du RJP assistent à l'événement. Plusieurs ressources vous aideront à susciter un intérêt envers votre événement et sans avoir à trop dépenser.

Envoi de courriels : Si votre RJP dispose d'une liste de diffusion, le marketing par courriel constituera probablement votre meilleur choix. Sinon, envoyez un courriel à tous les membres de votre chambre ou association.

Vous serez peut-être en mesure d'intéresser les propriétaires d'agence qui comptent des courtiers ou agents immobiliers pouvant tirer profit de la participation à un événement du RJP. Assurez-vous que le contenu de votre courriel est adapté à vos destinataires.

Messages dans les médias sociaux : Songez à publier des communiqués sur Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn et sur d'autres plateformes de médias sociaux. Si vous avez des conférenciers qui sont actifs sur les médias sociaux, incluez-les et encouragez-les à donner suite aux messages publiés afin de ratisser plus large et de puiser dans leurs réseaux.

Connexion RJP : Pensez à faire la promotion de votre événement sur la page Connexion RJP de l'ACI en écrivant à [ypnconnection@CREA.ca](mailto:yjnconnection@CREA.ca).

Bouche-à-oreille : L'un des principaux outils de promotion de votre RJP est la communauté elle-même, alors demandez aux membres de votre communauté de passer le mot! Mettez au défi les membres de votre comité RJP d'amener deux collègues à votre événement. Lors de l'événement, lancez ce même défi à tous les participants pour la prochaine activité.

Blogues, magazines, journaux : Les blogues immobiliers et les journaux locaux ne manquent pas, alors n'hésitez pas à en tirer profit. Ils sont tout indiqués pour la publicité ciblée, souvent à un coût minime. La plupart des chambres et associations publient régulièrement des bulletins ou des blogues dont vous pouvez profiter pour faire la promotion de votre événement.



Encouragez les membres de votre comité à aimer et à partager vos publications à l'aide des bons mots-clés, dont #RJPimmo.



Commanditaires

Votre budget est peut-être serré et l'organisation d'un événement est parfois coûteuse. Faire appel à des commanditaires peut être une excellente façon de créer des liens entre votre réseau et les entreprises de votre localité, tout en couvrant les coûts de votre événement.

Les commandites peuvent prendre différentes formes telles que contribution financière, services, matériel, promotions, prix de présence et bien plus. Il est important de déterminer ce que vous attendez d'un commanditaire et ce que vous pourrez lui donner en échange. Allez-vous lui offrir un kiosque lors de votre événement? Imprimer son logo sur votre matériel de promotion? Lui donner l'occasion de prendre brièvement la parole lors de votre événement? Assurez-vous d'avoir une entente qui précise les modalités de commandite. Cela vous aidera à prévenir tout malentendu.

Présentation des options de commandite

Tâchez d'avoir à portée de main une trousse de commandite pour être prêt à recruter des commanditaires en tout temps. Il y a différentes façons de présenter les possibilités de commandite selon l'organisation de votre événement :

Niveaux de commandite : Déterminer des niveaux permet de distinguer les commanditaires selon l'importance de leur soutien. Plus la participation d'un commanditaire est considérable, plus il investit dans votre projet, plus il doit en retirer des bénéfices. Par exemple, une commandite de niveau « bronze » pourrait coûter 500 \$ et donner droit à des remerciements dans le matériel promotionnel numérique et imprimé, tandis qu'une commandite de niveau « or » de 2 000 \$ donnerait droit à ces mêmes avantages, en plus de permettre à un représentant du commanditaire de prendre la parole pendant deux minutes pour présenter son produit ou service avant le début de l'événement.

Commandite matérielle : Vous pouvez également dresser une liste des produits ou services dont vous avez besoin pour vos événements. Les commanditaires peuvent alors soit fournir eux-mêmes ces produits ou services, soit les payer. Par exemple, votre commanditaire pourrait payer le traiteur et avoir son logo en évidence à chaque table, en plus d'être remercié pour sa commandite pendant la portion repas de l'événement.

Calendrier des événements : Si votre RJP planifie ses principaux événements au début de l'année, vous pourriez offrir à des commanditaires la possibilité de réserver leur commandite pour l'année complète. Vous aurez alors un souci de moins quand viendra le temps de planifier en détail votre événement, puisque la question de la commandite sera réglée.

Engagement des commanditaires

Collaborer avec des commanditaires est une excellente occasion de développer des compétences de gestion des intervenants. Vous nouerez ainsi des relations précieuses puisque des commanditaires heureux sont plus susceptibles de vous être fidèles. Assurez-vous de respecter tous les engagements pris envers vos commanditaires. Vous serez peut-être débordé le jour de l'événement, mais veillez à ce que vos commanditaires ne soient pas négligés, car ils pourraient être moins tentés de revenir pour la prochaine édition. Restez en contact avec vos commanditaires même après l'événement; donnez-leur régulièrement des nouvelles de votre RJP, tenez-vous au courant de ce qui se passe dans leur entreprise et envoyez-leur un mot de remerciement à la fin de l'année.



Pour en savoir plus sur la trousse de commandite préliminaire, consultez notre modèle au CREA.ca/ConnexionRJP.



Soyez prêt à négocier. Un commanditaire voudra peut-être négocier le prix et les avantages. Soyez réaliste à propos de votre offre et déterminez le minimum que vous êtes prêt à accepter. Envisagez la possibilité de reformuler la proposition pour certains commanditaires qui désirent obtenir d'autres avantages.

Après-événement

L'événement est terminé. Que faire maintenant?

Même si l'événement est terminé, cela ne veut pas dire que votre tâche l'est aussi. Publiez des photos de l'événement ou un compte rendu de son déroulement; il s'agit d'une excellente façon de faire la promotion de futurs événements et de faire connaître votre réseau. Même si l'événement ne s'est pas déroulé comme prévu, notez ce qui a fonctionné et ce qui n'a pas réussi, afin que les mêmes problèmes ne se reproduisent pas.

Sondage après-événement

Une fois l'événement terminé, l'une des choses les plus importantes à faire consiste à recueillir des commentaires. Cela permet aux participants d'évaluer leur impression générale de l'événement et la pertinence des conférenciers, des sujets abordés, des séances de formation, des démonstrations de produits, de l'hébergement, etc.

Pour vous assurer du plus haut taux de participation possible, envoyez votre sondage dès la fin de l'événement, alors que l'expérience est encore fraîche dans leur mémoire. Vous pouvez remettre le sondage en personne ou l'envoyer par courriel. Internet regorge d'outils de sondage gratuits.



Votre événement a-t-il été un succès? Avez-vous des conseils ou des astuces pour assurer la réussite d'un RJP? Avez-vous créé une ressource que vous souhaitez partager avec d'autres RJP et avec les courtiers et agents immobiliers? Écrivez un billet de blogue afin de partager votre expérience au Café ACI, le blogue officiel de l'ACI. Visitez creacafe.ca/fr/realtors-corner/



Pour voir un exemple d'un sondage après-événement, consultez nos services au CREA.ca/ConnexionRJP.



Pour contacter l'équipe
Connexion RJP de l'ACI, envoyez un courriel à
ypnconnection@CREA.ca.



200, rue Catherine, 6^e étage
Ottawa (Ontario) K2P 2K9
Tél. : 613-237-7111
www.CREA.ca

REALTOR®. Membre de L'Association canadienne de
l'immobilier, et plus encore.