

# Fondements de l'organisation

## Le porte-à-porte

Nous sortons dans le quartier pour frapper aux portes et chercher à comprendre ce que les gens pensent et ressentent. Si vous connaissez un moyen différent de le savoir, c'est bien. Mais si le but d'une organisation est de représenter véritablement une communauté, il est essentiel que l'organisation reste en contact constant avec les résidents de cette communauté: Qu'est-ce qu'ils sentent ou pensent? Qu'est-ce qu'ils veulent voir changer? Améliorer? La plupart des organisations ont constaté que le porte-à-porte est la meilleure technique pour obtenir cette entrée.

Lorsque vous faites du porte-à-porte, vous êtes essentiellement soit à la pêche, soit à la vente ou la poussée, ou une combinaison des trois.

Quand frapper à la porte, vous avez environ 30 secondes pour être cerner, exposer votre but et convaincre la personne derrière la porte que vous n'êtes pas un perceur, un vendeur de Bibles ou un cambrioleur. Conscient de cela, vous devez immédiatement vous identifier et essayer de parler de quelque organisation que les gens connaissent.

« Bonjour, je suis \_\_\_\_\_ et je travaille avec la [Bloquer club, Citizens United, l'église, à l'angle]. Nous discutons avec les gens du quartier pour obtenir leurs idées sur la façon dont la communauté peut être améliorée. »

<b>Ecouter (fishing)</b>	<b>Proposer (selling)</b>
<p>C'est à ce moment que vous essayez de trouver un problème. Après l'introduction, vous pourriez dire quelque chose comme ceci:</p> <p><i>Si vous pouviez changer une chose dans la communauté, qu'est-ce que ce serait?</i></p> <p><i>Que pensez-vous qu'il faudrait faire pour améliorer l'immeuble?</i></p> <p><i>Quelle est la chose vous dérange le plus dans votre quartier?</i></p> <p>Si vous n'obtenez pas de réponse spécifique, vous pouvez suggérer quelque chose que vous avez vu dans le quartier / l'immeuble.</p> <p><i>J'ai remarqué que le bâtiment sur le coin semble un peu délabré, savez-vous à qui appartient-il?</i></p> <p>Cela devrait déplacer la discussion sur un sujet spécifique et sur ce qui pourrait être fait à ce sujet. Lors de "la pêche", vous obtiendrez généralement des réponses générales, telles que:</p> <p><i>Le quartier est délabré.</i></p> <p><i>Le quartier est tellement sale.</i></p> <p><i>Le quartier n'est pas comme il l'habitude d'être.</i></p> <p>Votre travail est de traduire ces réponses générales à un problème concret en posant des questions:</p> <p><i>Qu'entendez-vous par sale?</i></p> <p><i>Pouvez-vous indiquer à un endroit précis qui est particulièrement sale?</i></p> <p>Une fois que vous avez une question spécifique, puis vous demandez:</p> <p><i>Seriez-vous prêt à venir à une réunion sur le tas de saleté et les ordures dans le coin?</i></p> <p>Selon ce que vous percevez de l'intérêt de la personne porte au sujet, vous pouvez même demander si la réunion pourrait avoir lieu dans sa maison mardi prochain.</p> <p>Si vous avez réussi et que la personne accepte d'accueillir la réunion, alors vous pourrez probablement arrêter la phase "pêche" et commencer la phase "vente" lorsque vous passez à la porte suivante.</p>	<p>Il existe essentiellement deux types de vente:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- 1 / la vente d'un problème</li><li>- 2 / la vente d'adhésions à l'organisation</li></ul> <p>1 / Vendre d'un problème:</p> <p>Après l'introduction:</p> <p><i>Beaucoup de voisins ont été dit à quel point le quartier est sale, en particulier sur le coin où les poubelles de la ville sont déposées. J'ai entendu dire que parfois ce tas d'ordures reste là une semaine ou plus. Seriez-vous intéressé par venir à une réunion pour discuter de ce que nous pouvons faire à ce sujet?</i></p> <p>S'il y a un intérêt, commencez à parler de la date, de l'heure et du lieu de la réunion et, si possible, obtenir que la prochaine réunion soit organisée chez cette.</p> <p>S'il n'y a pas d'intérêt, alors vous êtes de retour à la pêche.</p> <p><i>Qu'est ce vous pensez du quartier ?</i></p> <p>2 / Vendre des adhésions</p> <p>Après l'introduction, vous devez me démontrer qu'il est tout à mon avantage de me joindre à votre organisation. Qu'avez-vous fait pour les familles comme la mienne? ...</p> <p>Implicitement : si vous avez gagné des choses pour des gens comme moi dans le passé, alors vous pouvez gagner des choses pour les familles comme la mienne dans l'avenir.</p> <p><i>Nous sommes l'organisation qui a cessé de taux de randonnée de la compagnie de gaz. A cause de cela, nous avons sauvé le client moyen \$ 225,00 par an. C'est presque 20,00 \$ par mois, et nos frais d'adhésion n'est que 15,00 \$ pour un an, et que nous vous envoyons une lettre d'information mensuelle pour vous tenir à jour sur les questions de consommation.</i></p> <p>Que vous vendiez un problème ou une adhésion, la question fondamentale que vous devez avoir en tête :</p> <p>« Qu'est-ce que la personne a à y gagner ? »</p> <p><b>En porte-à-porte, vous devez faire appel à l'intérêt des personnes.</b></p>

## Pousser

Ceci est similaire à la vente, mais diffère en ce que non seulement vous avez un problème, vous avez une date, l'heure et le lieu de la réunion.

Après l'introduction:

*Beaucoup de voisins se plaignent que les déchets soient déposés au coin de la rue. Nous tenons donc une réunion mardi prochain à 07h30 à l'église du coin. Nous avons invité la chef de l'assainissement et elle a accepté de venir à la réunion. C'est un bon moment pour faire quelque chose à propos des poubelles une fois pour toutes. Serez-vous prêts à venir?*

Si vous observez un intérêt, répéter la date, l'heure et le lieu, donner un dépliant et demander si ils connaissent des personnes à qui parler de la réunion.

Si vous n'observez pas ou peu d'intérêt, il sera temps de discuter d'autres questions.  
*Sur quel sujet pensez-vous que nous devrions travailler?*

## Petits conseils

**1/** Vous pouvez demander un numéro de téléphone. Cela dépend de la façon dont la personne se sent à l'aise avec vous. Cela peut être considéré comme une menace pour certaines personnes.

**2/** Si vous prenez des notes devant des gens, leur dire ce que vous faites de sorte qu'ils ne pensent pas que vous prenez des notes sur la marque de leur téléviseur.

*J'écris ce que vous venez de me dire au sujet des rats, pour que je n'oublie pas.*

Ou bien : Une bonne méthode consiste à prendre des petites cartes pour dans votre poche ; pendant que vous allez à la prochaine porte vous notez tout de suite l'adresse et la nature des échanges que vous venez d'avoir.

*23, rue de.. - rats*

*25, rue de.. - nous déteste*

*27, rue de.. - a promis d'informer ses connaissances*

Après le porte à porte vous avez ainsi le suivi des gens que vous avez rencontré. La prochaine fois que vous irez sur le quartier, vous pourrez reprendre vos cartes pour recommencer à parler avec les gens avec un point d'accroche sûr.

**3/** Si vous promettez de l'information aux personnes, assurez-vous de la donner.

**4/** Si on vous pose une question à laquelle vous ne connaissez pas la réponse, ne pas avoir peur d'admettre que vous ne connaissez pas. L'honnêteté est mieux que de passer pour un quelqu'un qui dit des trucs en l'air.

**5/** Si vous êtes accueillis avec hostilité, ne pas entrer dans l'argumentation. Vous ne gagnerez pas de toute façon, et vous aurez simplement détourné la personne de l'organisation de manière définitive. Il suffit de dire merci et de passer votre chemin.

**6/** Habillez-vous d'une manière acceptable pour les gens que vous allez rencontrer. Dans certaines régions, cela peut signifier pas de jeans. Ne portez pas de pin's autres que le pin's de l'organisation; la personne derrière la porte n'a pas à soutenir vos propres préoccupations/batailles.

**7/** Rappelez-vous que vous êtes une intrusion dans la vie de la personne derrière la porte.

# Identifier les questions/problèmes

*Ce n'est pas parce que vous pensez que c'est un problème, que c'est effectivement un problème.*

*Ce n'est pas parce que vous pensez que ce n'est pas un problème, que ce n'en est vraiment pas un.*

Lorsque vous avez trouvé ce qui semble être un problème, trois questions doivent être posées:

**1/** Est-ce que des personnes peuvent être mobilisés autour de cette question?

**2/** Est-il spécifique à ce quartier?

**3/** Qu'est ce qui peut être fait pour changer cette situation?

**1/** Si les gens ne peuvent pas être mobilisés autour de cette question, alors vous n'avez pas un problème. Un bon moyen de «tester» un problème est d'appeler plusieurs personnes de votre organisation, parler de la situation et demander ensuite:

*Seriez-vous intéressé à obtenir quelques personnes ensemble pour en parler et voir ce qu'on peut faire?*

Ou, vous pouvez amener le sujet à la fin d'une autre réunion pour voir quel genre de réaction que vous obtenez.

**2/** Les questions doivent être spécifiées, concrètes et précisées, avant que quoique ce soit soit entrepris : il y a une grande différence entre une préoccupation et un enjeu.

Vous ne pouvez pas faire quelque chose à propos de préoccupations; mais vous pouvez gagner sur des enjeux!

- *De mauvaises conditions de logement* est une préoccupation.  
En revanche, *le bâtiment sur au 52, avenue truc-machin, sans chaleur, dont la balustrade est cassée, détenue par le propriétaire absentéiste M. Smith,* est un problème sur lequel on peut s'organiser.
- *Les soins de santé* est une préoccupation.  
Le fait que *la pharmacie locale ne vende pas de médicaments génériques* est un problème.
- Quand les gens disent que *la «société va mal»* c'est un sujet de préoccupation.  
Mais vous pouvez en faire un problème en les incitant à définir ce qu'ils entendent par «mal». Cela pourrait signifier qu'il y a des nids de poule dans les rues, qu'un lampadaire est cassé, que la police ne réagit pas rapidement, ou que leurs voisins ont un chien qui aboie.

Pour que l'organisation puisse travailler sur le sujet, la préoccupation doit être traduite en un problème spécifique.

**3/** Quelque chose peut être fait ou changé?

Votre organisme local ne peut pas changer le système de l'Etat-providence. Mais il peut faire en sorte que les résidents de la communauté obtiennent tous les avantages

auxquels ils ont droit et qu'ils soit traités avec respect au bureau de l'aide.

Vous devez vous assurer que les questions de votre organisation aborde, ne soient pas au-delà de la portée et la puissance de votre organisation et que vous pouvez raisonnablement vous attendre à gagner ou changer quelque chose à ce sujet.

Quelques autres points sur les questions:

- Si vous devez vous attaquer un problème de grande envergure, il faudra beaucoup de temps pour gagner, alors vous **obtenir et célébrer des victoires intermédiaires**.

*La question est vraiment émouvante maintenant, nous avons une réunion avec le maire.*

*Pour la première fois, le bailleur social a accepté de rencontrer un organisme communautaire. Nous roulons maintenant!*

- En outre, dans un long trajet organisation, assurez-vous que vous avez **beaucoup d'autres cibles** :

Vous ne pouvez pas demander aux gens d'aller embêter un décideur tous les samedis pendant six mois. Vous devez chercher d'autres cibles.

Est-ce que le décideur fait partie du conseil d'administration d'un organisme ou d'une société? Dans ce cas, rendez visite à cet organisme ou cette société et demandez à ses associés de demander à votre décideur de venir à une réunion.

Est-ce que l'ennemi appartient à un club, une organisation, ou une église? Le même type de visite peut être fait. Nous sommes même allés à la maison d'un maire dans la banlieue où notre décideur vivait et nous avons demandé au maire de convoquer notre décideur à une réunion. Les associés du décideur sont généralement disposés à faire ces appels parce qu'ils veulent sortir de la controverse. Dans le long processus de l'organisation il doit y avoir d'autres cibles pour que les gens ne se lassent pas et que le décideur sente la pression provenant d'une variété de sources en même temps.

- [Assurez-vous que vous **personnalisez l'ennemi**.

Les problèmes ne sont pas causés par des systèmes. Les problèmes sont causés par des gens dans le système qui ne font pas leur travail.

Le système de collecte régulière des déchets dans le quartier est là, mais les personnes employées par le service d'assainissement ne peut pas être en place le système. Par conséquent, vous n'attaquez pas un système, vous attaquez Terry Smith, directeur de l'assainissement. Rappelez-vous les deux phrases à la tête de cette section. Les organisations ont organisé sur des questions très étranges, ont gagné et construit l'organisation. Quelques exemples de ces questions: chariots, des cloches sur les camions de crème glacée, du papier toilette à l'école. Aucun d'eux n'est trembler la terre, mais ils ont été remportés, une circonscription a été construit et l'organisation est passé à des questions plus importantes.]

# Identifier les leaders

Je n'ai jamais eu quelqu'un qui vient vers moi et me dit:  
*«Salut, je suis un leader et souhaite mener votre organisation.»*

Je ne suis jamais entré dans une salle et vu une personne avec un grand «L» sur le front.

La recherche et le développement du leadership est un processus lent qui se traduit parfois par la réussite et aussi souvent par un échec. Il se résume à la persévérance et au travail acharné.

Cependant, il y a quelques lignes directrices:

## 1/ Sont-ils en colère?

Quand ils parlent de problèmes, est-ce que cela relève de l'expérience émotionnelle ou d'un exercice intellectuel? Nous avons vu de nombreux leaders intelligents et rationnels, mais sans émotion ces leaders ne passeront pas à l'action. Donc, nous sommes toujours à la recherche de leaders qui sauront, lors d'un tête-à-tête, lors d'une réunion de leaders ou d'une réunion publique, exprimer la colère. Si vous trouvez cette personne, alors créez l'occasion qu'il parle de cette colère dans un forum public.

Un mot d'avertissement: Attention au "Salon des Lions," les gens qui font de longs discours sur la façon dont ils vont parler fermement au décideur, mais qui dans la confrontation finissent comme des agneaux.

*Nous avons trouvé une fois une personne tellement en colère lors d'une réunion de planification chez lui que nous en avons fait notre porte-parole pour aller au bureau du décideur. Il semblait si fort que nous n'avons même pas pensé à y aller avec un autre leader ! Quand nous sommes arrivés au bureau du décideur, il a fini par sympathiser avec le conseiller municipal du travail difficile d'être un conseiller municipal!*

Une façon d'éviter cela est de donner au leader potentiel un petit rôle à jouer dans une réunion publique, comme la présentation d'une demande, et voir si la colère demeure en la réunion publique.

## 2/ Est-ce que d'autres personnes les suivent?

*Je me souviens une fois d'être dans une réunion de leaders où le groupe tentait de décider d'un plan d'action. Maintes et maintes fois, le principal leader suggérait quelque chose pour l'action, et chaque fois quelqu'un trouvait quelque chose à redire la suggestion. Après environ une heure de discussion, un membre du groupe a fait une suggestion. Le reste du groupe a immédiatement sauté sur la suggestion et l'a acceptée. Dans les réunions de leaders suivantes, nous avons vu la même chose se produire.*

Il n'a pas fallu trop longtemps pour comprendre que le vrai chef du groupe était la personne qui se tenait en retrait et qui attendait de donner sa suggestion d'action, pour voir comment le groupe allait l'accepter.

## 3/ Vont-ils prendre en compte les suggestions et les directives des autres?

Les bons leaders ne sont pas rigides; ils sont ouverts à des suggestions et des adaptations de la stratégie. Ils vérifient avec le groupe avant d'accepter quoi que ce soit. Les bons leaders ont une compréhension de base que leur pouvoir vient des gens et qu'ils doivent rester en contact avec les gens si ils veulent maintenir leur leadership.

## 4/ Vont-ils assumer leur responsabilité?

Sont-ils prêts à voir qu'il faut distribuer des tracts, passer des appels téléphoniques, écrire des lettres?

Sont-ils prêts à accepter les décisions de l'organisation, tout en gardant leurs armes pour attaquer au moment opportun ?

*Je me souviens d'une situation où une manifestation très difficile a été décidée par les leaders. Ils ont tous accepté, approuvé, et étaient partant pour l'exécuter. C'était fantastique! Mais nous avons posé le pied sur un sujet très délicat et de fortes réactions venaient de la ville, des médias et même des sources de financement.*

*La même direction qui avait développé, accepté et effectué la manifestation ne tarda pas à désavouer une partie de celle-ci.*

*Toutes les discussions et l'élaboration de stratégie n'avaient réussi à leur monter à quel point ils étaient proche de la victoire.*

*En plus de désavouer l'action, ils ont fait reculer la question. Il est intéressant de noter qu'aucune de ces personnes n'est un leader aujourd'hui.*

Les bons leaders sont responsables de leurs propres décisions, mais aussi des décisions et des actions de l'organisation.

## 5/ Quoi d'autre?

Beaucoup de choses, comme d'avoir un certain charisme, être articulé, être agressif, être sensible, et ainsi de suite. La clé de toute entreprise est la pratique, l'apprentissage par la pratique. Obtenir la première expérience de présenter une demande, ou de présenter des recherches de l'organisation, puis de prendre des responsabilités croissantes.

On ne devient pas un athlète professionnel en un jour ou une semaine; il faut de la pratique, l'expérience et la pratique. La même chose est vraie pour devenir un leader.

Vous devez être constamment à l'affût des bons leaders et vous devez comprendre que certaines personnes peuvent conduire, dans certaines situations, tandis que d'autres situations appellent des compétences en leadership. Un leader qui est bon dans la confrontation ne peut pas être bon dans la négociation. Il est important de connaître la différence. Le bon organisateur reconnaît et utilise les leaders dans les situations les mieux adaptées à leurs compétences particulières.