



## 淺談儲蓄互助社的社員推廣

□協會教育組整理

參考資料/Dennis Schroeder 編著 湯登朝 翻譯

如何增加社員 (Membership Promotion)

儲蓄互助社成功系列叢書之2

### 壹、前言

**儲**蓄互助社與銀行、農會、信用合作社等其他金融機構差異之一乃是她並不對一般民衆或所謂的不特定多數人營業，她只服務社員，因此，若要儲蓄互助社得以永續發展，則其基本前提就要像大樹的成長一樣，首先要有強勁、寬廣的根基，也就是要有多數的社員，如此，業務的成長始有可能，而成長的根基，社員人數到底應否有個限制，卻也一直未有定論，目前國際合作聯盟七大合作原則與世界儲蓄互助社議事會九大經營原則不僅均無社員人數之限制，反而都採取「門戶開放」的作為，考察美國實務，其志願服務精神的實踐(如訂定開支規定)、民主管理的落實(如分區選舉幹部)乃至對社員的關懷(如為颶風受災社員提供快速融資與利率優惠)等所謂儲蓄互助社的本質並不會因社員人數的增加而消失，反而令人更確定的是，社必須達到一定的規模才有能力做一些事，因此我們要勇於夢想，紮實推廣。其實社員推廣也是幹部的能力、企圖心與社營運良窳的一個延伸，建立口碑是

最省錢、最有效的推廣方式，但要有口碑，則社員的滿意與信賴是最起碼的要求，而這已不是僅僅追求推廣技巧便可達成的。

### 貳、社員推廣的內涵

#### 一、定義：

以行銷角度來看，就是要使社員與潛在社員了解做為儲蓄互助社社員的利益，鼓勵大家多來利用社的產品與服務。

#### 二、目的：

- (一)增加新社員。(市場拓展)
- (二)增加社員對社的產品與服務的利用。(市場滲透)
- (三)增加社員對社的活動參與。

#### 三、意義：

(一)本質上，你是在推廣「社員」的概念：一種介於社和使用其服務的人之間的特有關係，也就是說，儲蓄互助社的社員絕非止於「顧客」，一位滿意的社員可為儲蓄互助社帶來正面積極的效應；反之，一位不滿意的社員都會有很大的影響力，且也會是正面的，他可做的並不只是



抱怨或終止他的社員身分而已，他可為社帶來有益的政策與業務的改變。

(二)成長的必要：儲蓄互助社的成長意味著社了解其社員與潛在社員的期望，同時，還提供良好的產品與服務以滿足社員的需求。

### 量的成長：

一種是社員人數的增加，如從一千個社員增加到二千個社員；另一種是社員使用社各種產品與服務數量的增加，如取得貸款的社員人數從一百人增加到二百人，但社員人數卻不一定增加。

### 質的成長：

它可以是社員對社與社的理念宗旨有更大的認同；更多人來參加社員大會與社的其他活動；更多人表示願意來擔任幹部；志願服務幹部願付出更多時間來為社工作或社員因為與社接觸而提升其理財能力等。

### 有計畫的成長：

(1) 成長並不一定都是好事，如大量增加放款的同时卻無充裕的資金支應或帶來社逾期放款率的攀升。

(2) 成長必須均衡，如所有的新社員都要借款，卻沒人想存款或只見存款的社員人數增加，卻不見資金的有效運用。

(3) 成長太快，社可能無法因應增加的業務量，如專職人員不足、辦公室可能變得太小或辦公服務的時間不夠。

(4) 成長一定要有計畫，但不見得就會按照我們所期待的方式來發展，不過可以強化社服務社員的能力，並使儲蓄互助社對非社員更有吸引力，尤其是質的成

長雖然較難評估，但對改善營運體質有其莫大的助益，如社員理財能力有所提升則放款風險即會降低，或社員更了解社的運作情況，也會增加他們對社的支持與忠誠度。

## 參、有關社員推廣的建議

一、儲蓄互助社的經營應以行銷為導向，也就是社先確認社員的需要與期望，然後再開發產品及提供服務，以滿足該需要與期望。

二、熟悉策略計畫的流程，即須有完整的事前計畫(預先計畫)、進行環境分析(當前處境分析)、訂定目標「包含社的使命或設立目的、長期(三~五年)及短期(一年)目標」、策略(行動策略)與行動方案(行動計畫)、實施有效促銷方法、充分利用適切預算加以執行並從事必要的監控與評估。社應特別安排會議，將以上概念介紹給社的理事或職員。

三、試著去了解其他金融機構用以吸收和維繫顧客的方法或將你的社與當地一些並未提供金融服務但卻在推動社區的經濟發展的組織連結起來。

四、引發社員為社做宣傳，或提供一些獎勵措施讓社員來參與社員推廣，即所謂的「社員介紹」；教導職員應隨時準備向社員推薦社所提供的其他服務，使現有社員更有效利用社的業務，亦即所謂「同時推銷」；前者可達到市場拓展的目標(增加社員人數)；後者則是要提升社現有的市場地位，也就是達到市場滲透的目標



(增加現有社員對產品及服務的利用)。

五、請社員就個人與社往來的經驗作見證，讓潛在社員更易認同。

六、鎖定某特定團體或針對社現有特定族群(如老年人及學童)提供特別的促銷活動，以吸收前者加入為社員或讓後者做個更活躍的社員。

七、維繫一個良好的公共形象對社是很需要的，社區內的活動，社都可以參與，除了以捐贈金錢的方式贊助外，亦可鼓勵職員去從事社所支持的活動的志願服務人員，也可參與社區發展計畫，但這種贊助與支持不是毫無限制的，那是帶有目的的，以提升社的形象並吸收新社員為主。

八、教育委員會可同時負責社員推廣的工作，故教育活動可與社員推廣相互結合，以便達成目標；社也可以舉辦些「純教育」活動，其內容可涵蓋任何主題，這可開放給社員與非社員，而集會的時間應以大多數人方便參加為主。

九、若社員有基本的閱讀能力，則社員通訊不失為一種教育及推廣的媒介，社可用來宣布一些政策、促銷產品與服務以及做為社員的休閒讀物，更可用來提供社員各種與財務管理有關的事情，重要的是，傳遞訊息給很少來社的社員(睡眠社員)，讓他們更感受到仍是個社員，並促使他們對本社的服務利用得更多。

十、若鄰近也有別的社，尤其是個大社，則社可和她們辦理聯合推廣活動，或加入政府為社所在的社區所辦理的活動，以獲取其中的便利。

十一、針對不同群體或需要的社員(如

青年人、老人、婦女等群體或結婚、創業、就學、旅遊、購屋等需要)與非社員辦些教育活動；甚至社可計畫進行特殊的公共關係活動以增益本社形象。

## 肆、結論

社員推廣無論是為達到市場拓展抑或市場滲透的目標，社的領導者切記把握堅守儲蓄互助社「非為營利、非為救濟、乃是服務」的營運宗旨及九大經營原則，萬不可盲目為追求成長而導致「因量變而質變」的結果或一味講求業務創新而逾越既有的規矩，甚而陷入危機的泥淖而不自知，誠然，踏循儲蓄互助社先驅的足跡，我們更應以穩健踏實的步伐，適度而有計畫的讓社員成長，這樣社才能在「穩定中求發展」、「發展中迎挑戰」，最後達到永續經營的目標。

