

貴社對新千禧年人友善嗎？

只有 11% 的扶輪社員年齡在 40 歲以下，許多扶輪社的未來成功與否，端視它們吸收新千禧年人的成果而定。

全世界大約有 20 億名新千禧年人——定義不一，但美國人口普查局將其定義為出生於 1982 年到 2000 年的人。他們有許多可以貢獻給扶輪。成長在快速變遷、科技進步令人暈頭轉向、接觸世界管道無限擴張的時代，新千禧年人擁有獨特的能力可以趕上全球趨勢的步調及迎合社區的需求。

他們也很十分樂於擔任義工。根據「成就」(Achieve) 研究機構發表的「2015 年千禧年影響研究報告」，受訪者有 84% 在前一年度曾經捐款給慈善機構，70% 的人曾經擔任義工。

因此，你如何讓扶輪社更吸引新千禧年人？我們詢問過的新千禧年人表示他們這個世代認為有 3 個因素非常重要。

領導機會



在「2015 年千禧年影響研究報告」，77% 的受訪者說如果能夠發揮他們的才能及專業知識，他們比較可能擔任義工。

現年 31 歲的阿根廷戴佛托村 (Villa Devoto) 扶輪社艾曼紐·雷伊 Emmanuel Rey



便表現這種態度。他說他這個世代的社員加入扶輪社後並不想坐在休息區。他們想要「做扶輪，而不是成為扶輪」。

在加入扶輪一年之後，雷伊獲指派為地區的扶輪青年服務團主委。身為前扶青團團員，雷伊說這個職位再適合不過。

他說：「無疑地，他們給我的這個機會提升我在扶輪的地位及體驗。我這個年齡的社員加入扶輪是想為社區做事及促進個人發展。我認為在入社初期就賦予年輕社員職責，不僅可以開啟我們貢獻的管道，還可讓所屬扶輪社更多面向發展。這是一個雙贏的局面。」

負擔得起

卡西克·基杜 Karthik Kittu 加入印度卡納塔卡邦的班加羅爾西南區 (Bangalore Southwest) 扶輪社，原因就是社費合理。現年 33 歲的基杜說在加入扶青團近 12 年後，他很興奮可以成為扶輪社員，卻發現他那一帶的扶輪社實在太昂貴。

基杜說：「我這個年紀的人事業才剛起步，收入並不一定很多。我們正在建立家庭及買房子。並一定有多餘的可支配所得。」

眷屬參與

基杜的扶輪社每個月的第四個例會都主辦家庭夜；配偶和子女可以一起來晚餐，玩遊戲，參與扶輪社活動。基杜說：「讓社員的眷

屬參與扶輪社，會讓扶輪更有包容力。我認為包容力對新千禧年人來說很重要。我們想要和他人分享我們的經驗。」



基杜說，最終新千禧年人想要改變生命，看到他們工作的實質成果，並建立朋友及事業人脈的寬廣網絡。扶輪是達成這理想的平台，可是是否能做調整來吸引新世代，就端看扶輪社怎麼做。

前公共關係主委 的內心話



羅傑·諾曼 Roger Norman 是澳洲新南威爾斯省土拉穆拉 (Turrumurra) 扶輪社社員，也是該社的前任公共關係委員會主委。

一切都起源於我當選本社的公共關係委員會主委。我的內心充滿疑問，像是：

我該做什麼？我該怎麼做？我應該宣傳本社的哪些點？更糟的是，我沒有答案。

直到地區年會接近，緊接著還有地區研習會、以及最後還有一個為公共關係主委舉辦的訓練會，我才真正陷入恐慌。我突然間領悟，不久之後，我的社友就會把我看成「專家」，希望我能提供那麼一點寶貴的意見。

在擔任這個角色 4 年之後，我可能不算是個專家，但至少已經克服我的恐慌。以下是我對新任公共關係主委的建議：

一張照片勝過 千言萬語

你們可能都聽過這句諺語，因此拿起相機把這句話付諸實行。

- + 無論如何，每項扶輪社活動都要拍照，並請人幫忙。
- + 為每位演講來賓拍照。
- + 將前一週講者的照片放在社刊裡。對於沒有出席例會的人來說，這有助於讓他們把這個人跟這個主題連結起來。
- + 用照片來增加你的網站及社群媒體的價值及影響。

重點在 曝光率

用最少的字，達到最大的效果

- + 瞭解扶輪的重點，公開演說時盡量提到。
- + 如果貴社有街道宣傳布條或告示牌，請運用在社區活動。布條的範例可以查看扶輪網站的「品牌中心」(Brand Center)。
- + 留意在當地宣傳扶輪社的機會。我們社在本地一個購物中心的入口處設置一個扶輪告示牌，完全不用花錢。
- + 準備好摺頁、傳單、小冊子，在社區活動中發放給潛在社員。
- + 讓社員在社區活動中穿扶輪社社服。

公共形象與服務 密切相關

和貴社的計畫委員會合作，確認貴社在社區所推動的善行有獲得應有的肯定。

- + 對貴社所有的計畫及活動產生興趣。
- + 參加活動並拍攝照片。
- + 和當地媒體分享貴社的服務計畫。
- + 使用社群網站來增加對扶輪社活動的認識。

如果你做到了每個人似乎都想要你參與每件事的程度，很可能就表示你做得很好。