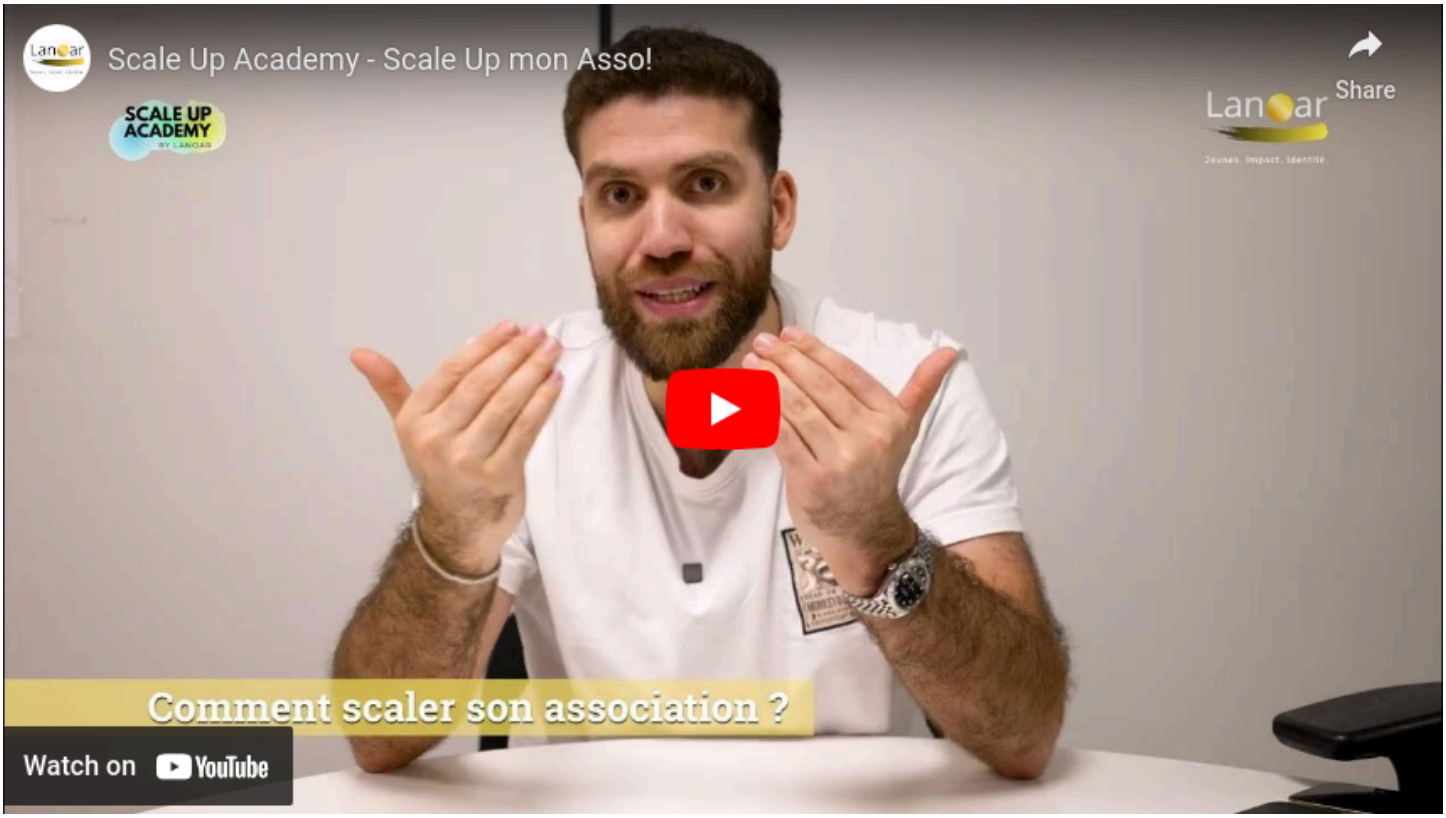

Salut tout le monde, bienvenue dans le modèle numéro 1 de la Scale-Up Academy. Bienvenue dans ce modèle de formation. L'objectif, c'est de vous apprendre un maximum de choses, des sujets business, des sujets associatifs.

Bref, la finalité, c'est de vous aider à mieux gérer votre association, à scaler, comme on peut le dire dans le nom de la formation, la Scale-Up Academy.

Le module numéro 1, il est très simple. Il est basé sur

Comment je scale mon association?

Alors, qu'est-ce que ça veut dire scaler ? C'est ce qu'on appelle un rendement d'échelle croissant. Donc, c'est plus sympathique

de dire scale. C'est en fait l'évolution rapide, la croissance rapide de votre association.

C'est le point numéro 1 que j'ai envie de mettre en lumière là tout de suite parce que vous savez, tout ce qui est en croissance, tout ce qui est en mouvement, tout ce qui réussit, ça va pouvoir vous permettre d'éviter toutes les embûches possibles. J'ai un problème d'argent, oui, mais on est en croissance. Donc, la croissance, ça justifierait de vous aider.

J'ai une problématique d'organisation, oui, mais vous êtes en croissance. Donc, ça justifierait de vous accompagner sur votre organisation, etc. Donc, finalement, comment on va apprendre à croître ? C'est super simple.

Quand on a envie de croître de manière générale, que ce soit en entreprise ou en association, il y a plein de choses à faire, mais on va retenir trois grands principes fondamentaux pour nous accompagner là-dessus. Le premier grand principe, c'est l'automatisation. On a souvent tendance de faire cette terrible erreur, c'est de vouloir faire des choses nous-mêmes et de rendre les choses finalement trop dépendantes de notre temps à nous.

Alors qu'il y a des choses super simples, comme les e-mails, les inscriptions, les échanges automatiques avec les parents, avec les enfants ou quoi que ce soit, qui peuvent être automatisés. Et très souvent, on pose la question, oui, mais Johan, en automatisant tout, tu n'as pas l'impression qu'on perd de l'humain là-dedans ? Au contraire, si vous automatisez des mails, vous n'êtes pas devant votre ordinateur, vous êtes au plus près des humains. Et donc finalement, vous passez plus de temps au contact des gens que derrière votre ordinateur.

Votre ordinateur, c'est super, c'est un outil hyper important, mais il est capable d'automatiser beaucoup de choses. Vos séquences de mails, vos séquences de relance de paiements, les inscriptions, tout peut être automatisé maintenant. Il faut le faire.

Attention, big warning à mettre au début de cette formation. On automatise seulement ce qui marche. Si ça ne marche pas ou qu'on est au début de quelque chose, on ne l'automatise pas.

Il y a une grande phrase du Y Combinator, qui est l'un des plus grands incubateurs de startups en Amérique, qui dit « Do things that don't scale ». C'est le contraire de tout ce que je viens de dire depuis le début. C'est un contre-intuitif, mais je vais vous expliquer pourquoi. Quand quelque chose est nouveau, il est peu robuste.

Donc quand ce n'est pas robuste, là, c'est à nous de faire les choses. On ne peut pas laisser une séquence de mail nous remplacer. Parce que quand je lance une nouvelle activité, une nouvelle session, un nouvel type d'âge, par exemple, j'ai envie de lancer les 13-15 ans.

Dans mon association, je n'avais jamais adressé les 13-15 ans. Quand on démarre avec les 13-15 ans, ce n'est pas possible de laisser un mail automatique répondre aux parents. C'est trop peu robuste.

Donc quand c'est quelque chose de nouveau, on le fait nous-mêmes. On ne l'automatise pas. Mais par contre, il y a plein de choses qui cartonnent.

Par exemple, les 8-10 ans, les 12-14 ans, les 20-25 ans. Quand ça

cartonne, ça marche très bien. Il y a un rouage, c'est fonctionnel.

On a l'habitude, il y a des inscriptions. À partir de ce moment-là, parce qu'on est en réussite, on peut scaler. Et donc pour scaler, il faut automatiser.

Donc on revient au principe de base. Si je fais quelque chose qui cartonne, j'essaye de faire en sorte d'y mettre le plus d'automatisme. Là où moi, mon temps humain va revenir, là où il est le plus important, c'est auprès de mes usagers.

C'est auprès des jeunes, c'est auprès des parents, c'est auprès des enfants. Donc les mails de relance, les appels, l'automatisation, ça, c'est le chapitre 1. Le chapitre 2 du scaling, c'est ce qu'on appelle standardisation et process. C'est quoi standardisation et process ? C'est arrêter de faire un peu comme j'ai envie.

C'est quoi comme j'ai envie ? Bah moi, par exemple, si je viens m'inscrire dans une association X, et bien la personne qui me demande de m'inscrire, elle me demande de m'inscrire par WhatsApp. Puis mon cousin, qui va s'inscrire pour la même association, on va lui demander de s'inscrire dans un formulaire. Puis mon oncle, il va s'inscrire pour la même association et on va lui demander de s'inscrire par e-mail.

Et donc, en fait, on se rend compte que pour le même schéma qu'on veut, c'est à dire une inscription à l'association, on m'a demandé trois choses différentes selon à qui je m'adressais. Ça veut dire quoi ça ? Il n'y a pas de standard, il n'y a pas de process. Non, quand j'ai mon association, l'inscription, c'est WhatsApp.

Si c'est WhatsApp, c'est WhatsApp pour tout le monde. Ça vient crédibiliser votre institution et ça vient rendre et mettre les gens là où on a envie de les mettre, c'est à dire dans des cases, dans des carrés, dans des ronds, peu importe. Mais ils sont dans cette formule géométrique.

Et donc, pour moi, association, c'est facile de lire. Je n'ai pas besoin d'ouvrir des mails, des WhatsApp et des formulaires. J'ouvre des formulaires, j'ouvre WhatsApp.

Ça me crédibilise, ça me facilite la vie. Ça me standardise. La deuxième chose qu'on pourrait standardiser, c'est un comportement.

Par exemple, dans notre mouvement de jeunesse, voilà la position d'Israël. Voilà la position de la Torah. Ça, c'est des standards.

C'est pas un coup avec cet animateur Israël, c'est ça. Et un coup avec cet animateur Israël, c'est ça. Ça ne peut pas marcher.

Il faut qu'il y ait des standards et des process. C'est quand on devient un animateur. La règle, c'est de participer à tant de choses.

C'est des process. Attention, deuxième grand warning rouge. On ne confond pas process et standards et rigidité.

Pas du tout. On reste agile, on reste disponible à l'écoute du marché, des gens, des enfants, des parents. C'est pas parce qu'on fait les choses de manière cadrée et ordonnée qu'on n'est pas agile.

Ça serait quoi être rigide ? Ça serait se dire non, jamais de la vie. Je m'adresserais au public des 17 ans, 19 ans. Ça, c'est être

rigide.

Si le process, c'est de dire que je fais des choses comme ça, mais qu'il y a une opportunité de faire les choses autrement et que je pense que c'est intelligent pour mon association, alors je dois être agile. Mais agile, ça ne veut pas dire prendre plein de chemins différents. Standardiser process.

Ça, c'est le deuxième point. Et le troisième point, la troisième technique pour scaler, c'est faire travailler vos usagers. C'est quoi vos usagers ? C'est vos animateurs, vos directeurs, vos enfants, vos parents.

Alors, on pourrait dire, mais c'est quoi faire travailler ces gens-là ? Ça se fait pas, c'est des bénévoles, etc. Pas du tout. N'y voyez pas du mal.

Bien au contraire. Voyons quelque chose de magnifique. Par exemple, je suis dans un mouvement.

Moi, je suis directeur de ce mouvement. Si je me mets à recruter des animateurs, je vais dépenser du temps et de l'effort pour recruter, je ne sais pas, 5 animateurs. Mais si je missionne 10 animateurs de recruter eux-mêmes deux animateurs chacun, eh bien, je récupère 20 nouvelles ressources humaines en plus des 10 parce qu'ils ont été recrutés pour moi.

Ils ont travaillé pour l'association. Je les ai fait travailler. Exemple numéro 2. Si je mets, moi, mon flyer sur Instagram, je mets la publicité, j'ai le rayonnement de mon réseau Instagram.

Mais si je dis à tous mes animateurs, tous mes parents, tous les enfants de mettre le flyer sur Instagram, eh bien, la force, elle est démultipliée au prorata du nombre de personnes qui

publient. Et donc là, j'ai fait travailler les gens. Qui c'est qui fait super bien ça dans la vie de tous les jours? Ikea.

Qu'est ce qu'ils ont fait, Ikea? À l'époque, les meubles, comment ça se passait? Je devais aller acheter mon meuble. Puis le mec qui me vendait le meuble, il me le vendait, il me le livrait. Il me l'installait.

Tout ça, ça prend du temps. C'est pas scalable. C'est pas.

C'est difficilement. On peut atteindre difficilement des rendements d'échelle croissant. Mais qu'est ce qu'ils ont dit, Ikea? Venez chercher vos meubles et faites l'activité du week-end avec votre épouse, votre mari et votre famille.

Vous allez monter votre meuble. Ils ont fait travailler leurs clients. Et donc, finalement, Ikea a gagné un rendement d'échelle croissant énorme parce qu'au lieu de vendre plein de meubles et de devoir installer plein de personnes, ils se sont juste contentés de vendre plein de meubles.

Les clients ont installé eux-mêmes. Donc, si on corrèle ça avec ce que je vous ai dit, au lieu d'avoir moi qui bosse tout seul dans mon coin pour mon association, si je fais bosser tous les bénévoles et tous les salariés, j'ai un rendement d'échelle croissant. C'était la première formation de la Scale Up Academy.

Comment scale mon association? Un, j'automatise. Deux, je standardise et je mets des process. Et trois, je fais travailler les personnes de l'association.

Merci beaucoup et à tout de suite pour le prochain épisode.