



Objectif Fidélisation

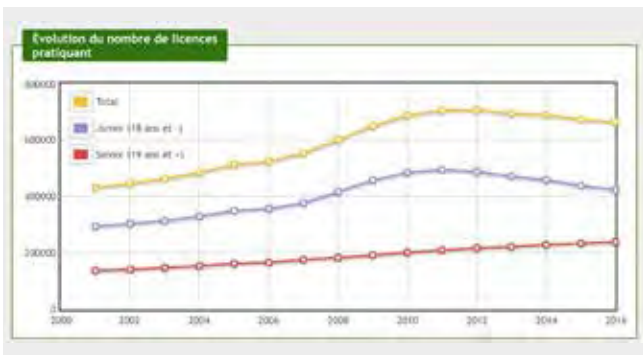


Vos outils fidélisation	4
Enquêtes satisfaction et quizz motivations	6
Quel enseignant êtes-vous ?	8

LES ENJEUX DE LA FIDÉLISATION



40% DES CAVALIERS NE REPRENENT PAS LE CHEMIN DU CLUB L'ANNEE SUIVANTE. COMMENT AGIR EN MAI ET JUIN POUR LES INCITER A POURSUIVRE ? LE POINT SUR LES CHIFFRES ET LE CHAMP D'ACTION.



Facteurs de fidélisation

Les cavaliers les plus fragiles sont les primo-licenciés : seuls 44,5% ont franchi le pas de la seconde année au club en 2016.

Les plus fidèles sont ceux qui participent à des concours FFE Club SIF, 72,7%, ceux qui ont une LFC Amateur ou Pro, 69,9%, et ceux qui ont passé un Galop® dans l'année, 68,1%.

Conclusion 1 : il faut travailler à garder les primo-licenciés.

Conclusion 2 : engager les cavaliers dans un projet Galops® ou compétition permet de mieux les garder.

Evolution des licences

La tendance est à la baisse pour le nombre global de licences. Elle est plus sensible chez les moins de 18 ans, alors que les adultes progressent, y compris pour les licences compétition.

Le gros du déficit, 6% depuis 2012, résulte principalement du recrutement de nouveaux jeunes cavaliers à chaque rentrée. Les deux armes

anti-morosité pour lutter contre cette tendance : prospection – qui fera l'objet du dossier de rentrée - et fidélisation, le moyen le plus accessible de compenser cette évolution due en partie à des facteurs conjoncturels : le pouvoir d'achat de la population, les nouveaux rythmes scolaires, le vieillissement de la population.

Freins au renouvellement

Outre les freins économiques, le principal frein est la perte d'envie du cavalier et / ou de ses parents. Notre dernière enquête auprès de cavaliers d'EFE montrait que ceux qui restent mettent en premier le cheval et ceux qui partent le moniteur.

Parmi ceux ayant abandonné, 73% avaient l'intention de reprendre, mais seulement 37% dans le même club.

Les chiffres de la satisfaction

Les statistiques en ligne 2015 de la relation clients montrent que pour un mécontent qui se manifeste, il y a 26 mécontents silencieux et que 45% partagent leur expérience négative sur le web. Un mécontent le fera savoir à 10 personnes, quand un satisfait le fera savoir à 2.

50 à 70% des mécontents se disent prêts à revenir si leur problème est traité rapidement et il est 5 fois plus coûteux d'aller chercher un nouveau cavalier que d'en garder un ancien. Conclusion : il faut rectifier le tir pendant qu'il est encore temps.

Plan d'action

La discussion cavalier-enseignant est la clé pour détecter les signes d'insatisfaction. D'où une réflexion sur la communication pédagogique, sur les enquêtes de satisfaction et sur les quizz de personnalité qui peuvent aider à ouvrir le dialogue.

Objectif zéro mécontent

On le fait sans y penser, mais c'est en général mal perçu. Mémo des bons réflexes pour « tuer » les détails qui « tuent. »

- Appeler le cavalier par son prénom et non pas du nom de son poney ou de son cheval. C'est une personne, pas un animal.
- Avoir des formulations positives : conseiller ce qu'il faut faire et non détailler ce qu'il faut éviter.
- Avoir la parole sobre et précise pour éviter de noyer sous les mots et de créer des malentendus.
- S'occuper de ses cavaliers sans passer son temps au téléphone ou à discuter avec un visiteur.
- Parler normalement, soit en direct, soit via un micro, sans crier ce qui est toujours mal perçu.
- Traiter les chutes comme des incidents réels sans les banaliser. Prendre des nouvelles à la suite.
- Faire les remarques personnelles en tête à tête, pas devant tout le monde, ni aux autres, dans le dos du cavalier.

En chiffres

Les statistiques nationales montrent une fidélité globale à l'équitation plutôt stable. Ils étaient 69,5% à reprendre leur licence FFE 2001 en 2002 pour 70% en 2016.

Ils sont moins nombreux à renouveler dans leur club, mais leur fidélité au club a progressé de 5 points : 54,5% en 2002 pour 59,5% en 2016.

L'ÉDITO

Fidéliser davantage pour compenser la diminution des nouveaux cavaliers ?
Simple en théorie. Pas si simple en pratique.

300 000 licenciés ne se réinscrivent pas dans leur club l'année suivante. Parmi eux, 96% de mécontents silencieux dont plus de 100 000, soit 20 en moyenne par club, qui reviendraient volontiers si leur source de mécontentement latent était prise en compte et autant qui seraient prêts à poursuivre, mais dans un autre club.

Une bonne raison de déployer votre plan fidélisation en mai et juin pendant que vos mécontents silencieux sont encore dans la cour.

Dans ce domaine, l'ennemi est le non-dit, mais le dialogue n'est pas toujours facile à engager. Ce dossier et les formulaires clés en main d'enquête de satisfaction et de quizz de motivation que nous avons mis en ligne sont surtout un moyen d'engager la discussion avec vos cavaliers.

Restera à apporter la bonne réponse à chacun et à ajuster la présentation du projet pour la rentrée, de manière à faire entrevoir des perspectives attractives.

A cotre remue-méninges de printemps !

Le groupe de rédaction



© FFE/O. Colombet

SOMMAIRE

Les enjeux de la fidélisation	2
L'édito du groupe de rédaction	3
Votre plan fidélisation	4
Vos enquêtes satisfaction	6
Faire une enquête en ligne	7
La relation enseignant cavalier	8
Quizz : Quel enseignant êtes-vous ?	8
Les 4 profils d'enseignant	9
Motiver pour fidéliser	10
Les profils de parents	10
Les valeurs tendance	11



© FFE/PSV

6



© FFE/EB

8

MediatekClub

Les documents internet correspondant à ce dossier sont en ligne à la page MediatekClub accessible depuis l'espace Club / Médiathèque. Il faut s'identifier, soit en tant que club, soit en tant qu'enseignant ou animateur pour y accéder. Egalement accessible via l'entrée Kits Clubs via le site de la Journée du Cheval.

LA REF 189 - CAHIER 2

■ RÉDACTION : Danielle Lambert, Mathias Hebert, Justine Morelle avec la contribution de Olivier Simon, Jean-Pierre Tiffon et du Dossier FFE Club Fidélité 2002 réalisé par l'agence Parcours. ■ MENTION LÉGALE : Voir Cahier 1

VOTRE PLAN FIDÉLISATION

FIDÉLISER, C'EST MOINS COÛTEUX ET PLUS FACILE QUE PROSPECTER. MAIS COMMENT FAIRE ? PROPOSITION DE PLAN CHOC POUR DÉTECTER LES HÉSITANTS ET LEUR PROPOSER UN PROJET QUI LES INCITE À CONTINUER.

En 3 temps, 3 mouvements

Les journées n'ayant que 24 heures, l'idée est de se limiter à 3 étapes. En mai, on fait le point sur la fidélité des cavaliers et on lance une enquête de satisfaction. En juin, on analyse les résultats pour répondre aux objections et réaxer le projet de l'année suivante. En septembre, on relance ceux qui ne se sont pas réinscrits.

3 réunions d'équipe suffisent pour bien cibler le plan fidélisation. De plus, la relation clients est un bon sujet de stage pour un étudiant.



© FFE/DFI

Le mécontent silencieux

L'immense majorité des cavaliers peu ou pas satisfaits ne le font pas savoir et surtout pas à l'équipe du club, soit par loyauté pour leur enseignant, soit par tempérament, soit parce qu'ils décident d'aller dans un autre club, voire d'arrêter de monter. Ce cavalier pose en apparence moins de problèmes : vous n'avez pas de plainte à gérer. Mais, **méfiez-vous de l'eau qui dort !** Prenez les devants et soyez particulièrement pro-actif dans l'instauration du dialogue pour éviter une boule de neige négative.

1 Faire le point

Votre Dossier Fidélité FFE vous donne les statistiques utiles pour analyser la fidélité de vos cavaliers et suivre leur évolution au fil des années. Les 4 grands indicateurs de votre club - Progression globale des cavaliers, Fidélité de l'ensemble des cavaliers, Suivi des nouveaux cavaliers licenciés et Profil des cavaliers du club - sont retranscrits à travers différents graphiques et tableaux.

Les références nationales de la page 2 croisent les références de la relation client avec les chiffres FFE. Votre autre référence est le panier moyen de vos cavaliers que votre facturation met en évidence.

Le premier objectif est de détecter quels sont vos points forts et vos points faibles, en termes de publics de cavaliers et de facteurs de fidélisation pour identifier le champ d'action à privilégier.

2 Dialoguer avec les cavaliers

A l'idéal, le dialogue est permanent, mais les insatisfaits se contentent souvent de ne pas revenir sans rien dire. Les pages 6 et 7 vous présentent les exemples d'enquête FFE à votre disposition et les pages 10 et 11, les outils FFE de quizz de motivation.

Faites votre choix de questionnaires en fonction des points sur lesquels vous voulez en savoir plus. Décidez comment mettre en œuvre l'enquête ou les enquêtes.

C'est l'occasion de répondre immédiatement aux mécontentements exprimés, en proposant explications, réponses et projets. Cette phase de dialogue permet de lister les pistes ouvertes vers des évolutions de l'offre aux cavaliers.

3 Mettre en place le projet de rentrée

L'annonce en juin des nouveautés de la rentrée est de nature à remotiver les

hésitants. La nouveauté est toujours un facteur d'attraction, même si la marge d'innovation doit prendre en compte les impératifs structurels et économiques. Le dialogue engagé est l'occasion de présenter à chaque cavalier les nouvelles options qui sont de nature à lui plaire. Quand chacun dispose d'un objectif et se projette vers l'avenir, il se réinscrit.

Facteurs de fidélisation FFE

Les atouts FFE clés en mains sont les Galops® et la compétition. Les atouts des clubs réunissent tous les bons projets de nature à créer l'enthousiasme : randonnées, spectacles, fêtes, développement durable, opérations découverte d'une discipline, lancement de stages transplantés...

Les Galops®

Un Galop® passé dans l'année et la



fidélité augmente de 14% ! L'échéance des Galops® Poneys, des Galops® de cavalier, des Degrés... permet aux cavaliers ou à défaut pour les plus jeunes, aux parents, de percevoir les compétences à acquérir et les étapes pour y parvenir. Cette dynamique se vérifie auprès des jeunes enfants primo licenciés qui sont par nature la population la plus volatile. A la suite de la mise en place des Galops® Poneys, on constate que l'on triple leur fidélisation dès lors qu'on les inclut, dès la première année, dans un projet de formation.

La compétition

La compétition fait grimper la fidélisation de 18 points. C'est énorme ! Naturellement, les cavaliers s'inscrivent dans un projet annuel aux objectifs identifiés. Cela favorise le plaisir et la motivation vis-à-vis de la pratique. La FFE recense 33 disciplines, de compétition ou de loisir, individuelles ou collectives. Cette diversité permet d'adapter votre offre. A vous de peser sur cette démarche. Identifiez les aspirations de chacun. Proposez des prestations en rapport : choix de la discipline, fréquence des sorties, organisation, tarifs, etc... Attention, la recherche

de performance sportive pure n'est pas toujours le levier prépondérant.

A chacun son projet

La palette fédérale et / ou régionale est large. Les adeptes du tourisme équestre pourront se projeter au travers de l'Equirando. Les artistes dans l'âme participeront avec joie à la création et à la représentation de spectacles équestres. La Semaine Européenne du Développement Durable, les journées de l'attelage de loisir ou du cheval sont des occasions d'aboutissement pour des projets d'animation variés.

D'autres projets peuvent être lancés par le club pour favoriser l'implication des cavaliers : nouvelles formules, nouveaux rendez-vous, nouvelle communication sur les réseaux sociaux...

Stage étudiant

La relation clients est l'un des thèmes majeurs des formations en BTS / DUT commercial ou marketing. Ces formations de 2 ans après le bac comportent des temps de stage en entreprise. Les stages de plus de 2 mois étant rémunérés, souvent les établissements pro-

posent un stage de 7 semaines en mai juin la première année et un stage de 7 semaines en septembre octobre la deuxième année ou des formules allant de 2 à 10 semaines. Le plan satisfaction du club peut faire l'objet d'un stage de ce type. Il faut pour cela définir une mission et identifier un maître de stage qui a lui-même la compétence attendue de l'étudiant dans son futur métier. Chercher sur les réseaux sociaux ou saisir Stage relations clients dans votre moteur de recherche pour mettre en ligne votre offre de stage ou pour trouver un étudiant qui en cherche un. Une fois que le principe du stage est accepté par l'école, le stagiaire et le club, il n'y a plus qu'à signer la convention de stage et à suivre le dossier avec l'étudiant.

Dossier tutoré

Dans le cadre de leur formation, les étudiants travaillent sur des cas réels. Souvent en petit groupe, ils rencontrent une entreprise qui exprime ses besoins. Ils font une proposition de projet guidés par un professeur tuteur et le mènent à bien jusqu'à un rendu de dossier qui fait l'objet d'une soutenance.

Posez la question aux jeunes bacheliers de votre club qui en savent souvent plus sur ces possibilités. A noter que cette ressource est aussi possible pour les événements dans le cadre des formations communication.



Produits plus

Des avantages peuvent être proposés pour les inscriptions précoces : invitation pour un ami, tarif préférentiel, promenade offerte...

Une carte de fidélité peut inciter à augmenter le prix moyen panier, par exemple, stage ou promenade offerts pour ceux qui s'inscrivent à X animations en plus des séances du forfait.

On peut aussi envisager des avantages avec des partenaires, un forfait illimité, etc.

Et pourquoi pas des primes Fidélisation aux enseignants pour objectif atteint ou dépassé !

En savoir plus

Voir en ligne feuille de mission type à la page MediatekClub..

Voir Espace Ressources / Social / Former / Stagiaire-en-formation-initiale

VOS ENQUÊTES SATISFACTION

EVALUER REGULIEREMENT LA SATISFACTION DE SES CAVALIERS EST UNE CLE POUR FIDELISER. LA PRISE EN COMPTE DE LEURS ATTENTES EST INDISPENSABLE POUR PROPOSER DES SERVICES DE QUALITE. LES QUESTIONNAIRES PERMETTENT D'IDENTIFIER VOS FORCES ET LES POINTS A AMELIORER POUR BOOSTER LES REINSCRIPTIONS.

Choix de l'enquête

Nous avons mis en ligne une variété d'enquêtes pour correspondre aux différents publics et aux besoins de chacun. Les enquêtes peuvent être centrées sur la satisfaction globale, sur la satisfaction détaillée par éléments ou sur le ressenti du cavalier. Elles peuvent croiser les axes. Chacun peut utiliser une enquête type ou créer sa propre enquête, selon ses hypothèses de détection des mécontentements silencieux.

Feed back

L'enquête de satisfaction est aussi une occasion idéale pour obtenir le feed-back indispensable à toute relation pédagogique réussie.

Enquêtes express

Six questionnaires express d'une douzaine de questions vous sont proposés en ligne pour s'adapter à vos différents profils de cavaliers et à la variété de votre offre. Ils visent à évaluer rapidement la satisfaction de vos cavaliers avec des réponses Satisfait – Non satisfait portant sur 3 points : l'accueil, l'entretien et les activités qui incluent pédagogie et cavalerie.

L'enquête satisfaction club comporte 3 variantes selon les publics : parent de jeune enfant, cavalier à poney et cavalier à cheval. L'enquête satisfaction vacances comporte 3 variantes : stage poney, stage cheval et randonnée.

Créneaux

La discussion de mai-juin est aussi l'occasion de dégager des places aux meilleures heures pour les nouveaux et de convaincre les cavaliers fidèles d'aller vers un créneau plus propice pour les confirmés.

Enquête Qualité

Vous disposez aussi d'une enquête détaillée FFE Qualité qui liste une ving-

taine de points autour des rubriques :
Appréciation globale – Avant d'arriver – Accueil – Sanitaires – Personnel – Cavalerie – Bien-être animal – Avant de monter – Sellerie – Terrains – Pédagogie – Compétition – Promenades – Randonnées – Pensions – Restauration / hébergement – Animations – Tarifs... Le questionnaire se termine par 3 questions ouvertes : ce que vous aimez le plus, ce que vous aimez le moins et quelles sont vos suggestions à l'équipe du club. Les réponses sont proposées sur une échelle de 1 à 5.

Enquête sur le ressenti

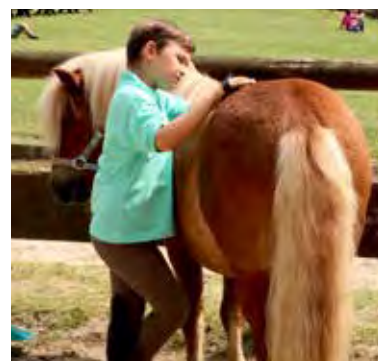
Un questionnaire est davantage centré sur le ressenti des cavaliers autour des rubriques : Préférences – Sécurité – Convivialité - etc.

Il donne une large place à l'expression libre pour une boîte à idées sous forme de suggestions faites à l'équipe du club. Le questionnaire est bon s'il encourage le cavalier à exprimer ses attentes.

Obtenir des réponses

Une fois choisi votre questionnaire, il faut réussir à ce que vos cavaliers y répondent. Solution 1 : les photocopier et mettre une urne au club-house ou demander aux cavaliers de vous les remettre.

Solution 2 : mettre le questionnaire en ligne. Un mailing permet d'envoyer le lien avec un message sympathique. Le lien peut aussi être mis sur le site web du club et sur sa page Facebook.



© Médiapied à l'éclair

L'avantage du questionnaire papier, c'est que l'échange de la feuille est déjà une occasion de dialogue. Celui de l'enquête en ligne est que le calcul des statistiques de résultats est automatique.

Anonyme ou non

Evidemment, c'est plus utile d'avoir une réponse nominative. La solution : jouer la carte du tirage au sort de cadeau pour inciter les cavaliers à mettre leur nom. Mais il faut toujours laisser la possibilité de questionnaire anonyme, sinon vous manquerez des informations précieuses.

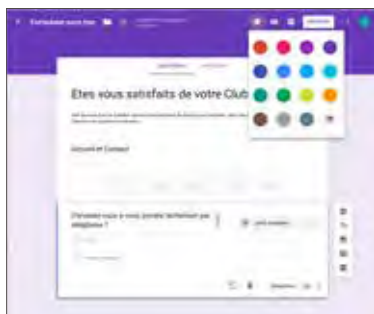
Analyser les réponses

La première donnée statistique est l'indice global de satisfaction dont la variation d'année en année est un indicateur utile. La seconde est la ventilation des insatisfaits selon les profils pour détecter les groupes les plus fragiles. Les remarques et suggestions diverses sont une aide à la mise en œuvre d'évolutions.

FAIRE UNE ENQUÊTE EN LIGNE

LA PHOTOCOPIE DES QUESTIONNAIRES, LA DISTRIBUTION ET LE TRAITEMENT DES REPONSES PEUVENT ETRE CHRONOPHAGES. POUR FACILITER LE TRAITEMENT DES ENQUETES, ET FAVORISER LA MULTIPLICITE DES REPONSES DE VOS CAVALIERS, VOUS POUVEZ EN QUELQUES CLICS CREER UN FORMULAIRE SUR INTERNET.

Exemple pour GOOGLE FORM



Étape 1 Le compte Gmail

Il faut un compte Gmail pour créer un Google Form. Cela prend deux minutes pour vous créer une adresse en ...@gmail.com via <https://accounts.google.com/SignUp>.

Étape 2 Aller dans Forms

Connectez-vous à votre compte Gmail et cliquez sur les 9 petits carrés Applications Google en haut à droite. Le compte Gmail offre un espace appelé « Drive » dans lequel il est possible de stocker et administrer formulaires, documents, tableurs, etc. Cliquez sur Nouveau en haut à gauche, puis sur Plus, puis sur Forms pour créer votre formulaire. C'est là que vous retrouverez vos résultats.

Étape 3 Google Form

Il vous suffit de cliquer sur + dans le grand carré pour commencer à créer votre formulaire. Une fenêtre s'ouvre, elle génère directement votre premier questionnaire. Remplacez « Formulaire sans titre » par votre titre.

Étape 4 Ajouter les questions

Cliquez sur « Question sans titre »

pour écrire votre première question. Cliquez sur Option 1 pour écrire votre 1^{er} réponse, sur Option 2 pour écrire la 2^e, etc. Ajoutez vos questions en cliquant sur « + ». Le petit triangle à droite de Choix multiples qui s'affiche par défaut permet de modifier le type de réponse.

Répétez l'opération pour toutes les questions. Astuce : vous pouvez dupliquer la question pour gagner du temps. Lorsque vous changez de thème, vous pouvez cliquer sur « Ajouter une rubrique ». Cela organisera votre questionnaire.

Personnalisez votre questionnaire en 2 clics. Afin que vos cavaliers vous identifient, ajoutez votre logo en image de fond en cliquant sur la palette.

Étape 5 Mettre le questionnaire en ligne

Avant de mettre le questionnaire en ligne, visualisez-le en cliquant sur l'œil. Cliquez ensuite sur « envoyer ». Vous pouvez ensuite inscrire directement les mails de vos cavaliers, ou préparer un mail personnalisé en copiant/collant le lien. Pensez à vous l'envoyer pour pouvoir le transférer. Vous pouvez aussi intégrer le formulaire à votre site internet, ou le partager via les réseaux sociaux.

Étape 6 Traiter les réponses

Vous pouvez visualiser les réponses depuis le même espace. Les pourcentages seront calculés automatiquement et des graphiques seront générés pour vous permettre d'interpréter facilement vos résultats.

Exemple pour SURVIO



Étape 1 S'identifier sur Survio

Rendez-vous sur www.survio.com, renseignez votre adresse e-mail et créez un mot de passe.

Étape 2 Créer un questionnaire

La page qui s'affiche après connexion vous permet d'ajouter directement une description du questionnaire et vos questions. Vous pouvez ajouter des alternatives ou les supprimer. Cliquez ensuite sur Aperçu et Test pour visualiser votre questionnaire.

Étape 3 Partager le questionnaire

Dans l'espace de modification de votre questionnaire, cliquez sur « collecter des réponses. Vous pouvez copier / coller le lien pour l'envoyer à vos cavaliers ou le partager sur l'une des plateformes proposées.

Étape 4 Analyser les résultats

Cliquez sur « Analyse des résultats ». Les réponses de vos cavaliers seront enregistrées à cet endroit.

L'ENQUETE EN LIGNE EST DEVENUE TRES SIMPLE AVEC LES NOUVEAUX OUTILS INTERNET. ELLE VOUS DONNE LES REPONSES SOUS UNE HUITAINE DE JOURS EN MOYENNE.

LA RELATION ENSEIGNANT CAVALIER

CHAQUE ENSEIGNANT, CHAQUE CAVALIER A SON PROFIL, SES MOTIVATIONS, SES PRIORITES, SES ATTENTES... MES CAVALIERS NE SONT PAS TOUS COMME MOI. REFLEXIONS SUR LA PRISE EN COMPTE DES DIFFERENTS PROFILS DANS LA RELATION ENSEIGNANT-CAVALIER.

■ Quel enseignant êtes-vous ?

Cochez les réponses qui vous plaisent, une ou deux maximum.
Calculez si vous avez une majorité de *, de ♥, de ● ou de ◆.

1. Le cavalier que j'admire le plus :

- Michel Robert * ●
 Andy Booth ♥
 Kevin Staut ●
 Pénélope Leprevost ●
 Astier Nicolas ●
 Lorenzo ◆

2. Le temps fort de l'année pour moi :

- Le Generali Open de France *
 La grande randonnée de l'année *
 La fête ou le spectacle du club ◆
 La naissance d'un poulain ♥
 Les formations techniques d'enseignants ●

3. La réussite pédagogique qui m'est la plus précieuse :

- Qu'un de mes élèves parvienne à me montrer et à m'expliquer le contact ●
 Que mes cavaliers se préoccupent du bien-être de leur cheval ♥
 Que mes cavaliers jouent le jeu de venir déguisés ◆
 Qu'un de mes cavaliers monte sur un podium *
 Que tous les élèves d'une de mes séances se réinscrivent ◆

4. Ce que j'espère de mon métier

- M'épanouir en exprimant mon sens créatif ◆
 Me réaliser en tant que cavalier ●
 Développer une connivence parfaite avec ma cavalerie ♥
 Etre au centre de l'attention de mes cavaliers et de l'équipe de mon club *
 Maîtriser l'art équestre ●

5. Le livre que je préférerais emporter sur une île déserte

- La Méthode La Cense ♥
 La collection des grands maîtres de l'équitation classique ●
 50 nœuds utiles au cavalier *
 L'enfant et la médiation animale ♥
 100 jeux pour s'épanouir ◆
 La collection des Guides Fédéraux *

6. La photo de ma prochaine affiche

- Un enfant à pied qui embrasse son poney ♥
 Un geste parfait à l'obstacle ●
 Un cavalier bien en place sur un cheval au contact ●
 Des cavaliers souriants en balade ou en randonnée * ♥
 Un spectacle en costumes ◆
 Une équipe de concours *

7. Le film équestre que je préfère

- Danse avec lui ♥
 L'homme qui murmurait à l'oreille des chevaux * ♥
 Jappeloup *
 Lucky Luke ◆
 Mazeppa ●

8. Mon leitmotiv

- Calme, en avant et droit ●
 Qui veut voyager loin ménage sa monture ♥
 Une journée où on n'a pas ri est une journée perdue ◆
 Descends tes talons *
 Plus vite, plus haut, plus fort *

9. Une sortie pour mes cavaliers

- Le Cadre Noir à Saumur ●
 Le Puy du Fou ◆
 Le Salon du Cheval de Paris *
 Equita'Lyon *
 Cheval Passion ♥

10. Mes vacances de rêve

- A cheval pour mon plaisir ●
 Sous le soleil, les doigts de pied en éventail ◆
 Au Wyoming ou dans le Montana avec les vrais cow-boys ♥
 En concours à deux *

Menu et carte

Le socle pédagogique de l'équitation a tendance à privilégier le menu identique pour tous. Toutefois, dans le cadre de ses loisirs, le cavalier deviendra plus fidèle s'il trouve un espace d'expression qui convient à ses aspirations personnelles, souvent à l'étroit dans le cadre scolaire. Chaque cavalier a ses propres motivations, ses modes d'appropriation des messages et de communication dominants, son caractère...

Modes de communication

Chacun a des canaux de communication prédominants.

Le visuel se souvient de ce qu'il a vu. Il mémorise par exemple son plan de parcours comme la photo qu'il a prise au paddock.

L'auditif apprendra par cœur les obstacles avec leurs numéros et les dira à haute voix pour les mémoriser.

Le kinésique montrera avec son doigt ou sa cravache les mouvements qu'il va effectuer.

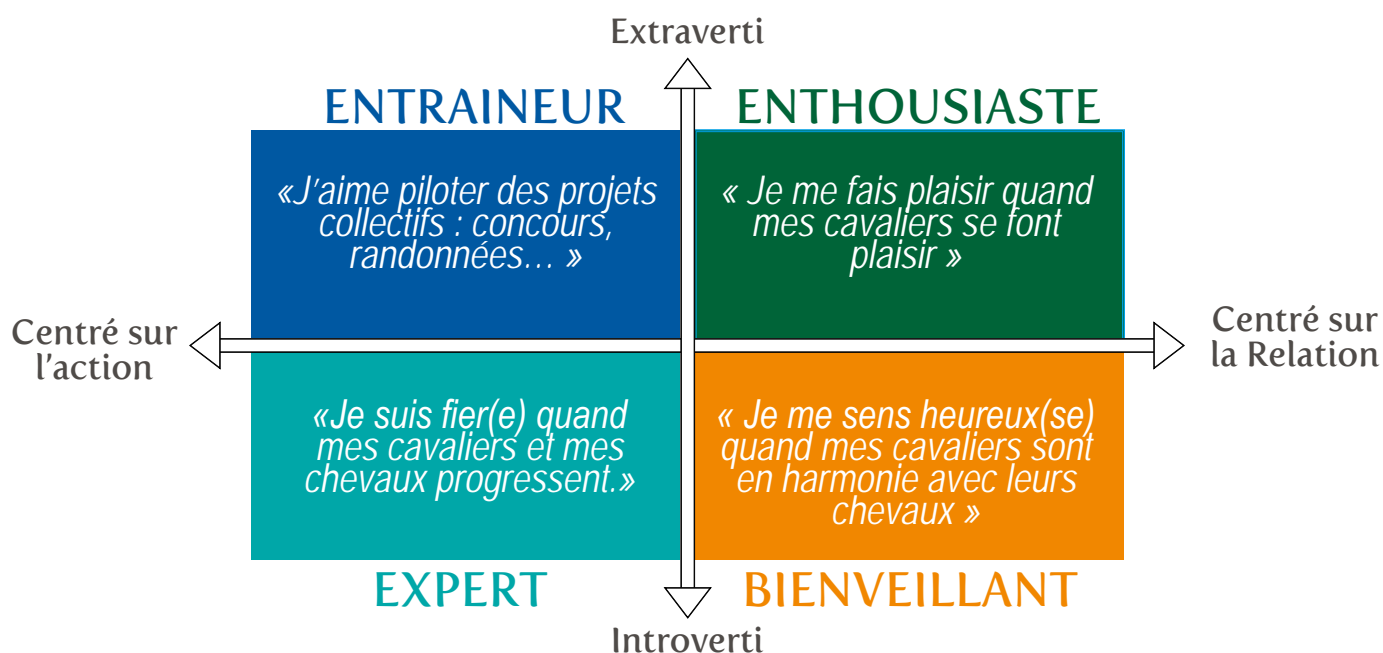
Le conceptuel s'imaginera dans sa tête en train de sauter les obstacles dans l'ordre comme dans un film.

Analytique ou global

L'analytique a besoin de comprendre avant de faire. Il lui faut tous les détails et toutes les explications pour commencer.

Le global recherche peu d'informations et résume la consigne en 3 phrases. Il a besoin de faire avant d'analyser.

L'enseignant expérimenté sait varier les modes d'explication pour dépasser les blocages.



Posture pédagogique

Dialoguer avec le cavalier interpelle sur la posture pédagogique de l'enseignant. Mes cavaliers ne sont pas tous comme moi. Quand j'analyse le profil de mes cavaliers, je veille à ce que mon propre profil ne fasse pas écran à mon analyse.

Quelle que soit la stratégie induite, se connaître est un plus.

D'où un quizz inédit : Quel enseignant êtes-vous ?

Notre objectif : que vous trouviez les mots, les moyens et les outils pour fidéliser davantage que 59,5% de vos cavaliers.

Profil dominant

Le but de ce quizz est de repérer son profil dominant, sans s'enfermer dans une case.

Si je suis en équipe, il est bon de connaître nos différents profils pour agir de façon complémentaire. Dans ma carrière, je peux me former pour progresser vers d'autres profils.

Votre plus gros score donne votre profil dominant, le second votre profil secondaire.

Les 4 profils

Les 4 profils se répartissent sur 2 axes de l'introverti à l'extraverti et de l'enseignant centré sur l'action à celui centré sur la relation.

Nous les avons appelés Bienveillant, Expert, Entraîneur et Enthousiaste.

L'extraverti aime créer des liens et appartenir à un groupe. Il parle volontiers et s'exprime spontanément sur des sujets variés. Volubile, il partage facilement ses impressions.

L'introverti réfléchit avant d'agir et ne craint pas la solitude. Il observe beaucoup avant de s'engager. Sa parole est rare et choisie.

Bienveillant

Le bienveillant est sensible, compatissant et aime s'occuper des autres, donner aux autres en s'occupant de leur confort. Il aime être avec les chevaux et faire ressentir à ses élèves des émotions intérieures. Il perçoit les gens et les situations avant tout par son ressenti. Son langage exprime de nombreux sentiments et émotions.

Expert

L'expert est méthodique, responsable et organisé. Il aime faire découvrir les techniques équestres.

Il est capable de penser avec logique et possède un bon esprit d'analyse. C'est un rationnel très structuré, apprécié pour son sérieux, son efficacité et son respect des plannings. Il est perfectionniste.

Entraîneur

L'entraîneur est adaptable, charmeur. Il aime l'action, le risque. C'est un fonceur que l'excitation du succès stimule. C'est un manager et un leader qui aime motiver une équipe de concours ou organiser événements et sorties.

Enthousiaste

L'enthousiaste est créatif, ludique, spontané. Rayonnant, c'est une personne qui aime les contacts, le travail en groupe. Il invente des jeux, des dispositifs qui permettent à ses élèves de se faire plaisir.

Choix des mots

Le mot **Séance** est à privilégier. Sa connotation cinéma ou spectacle met l'équitation dans le domaine du loisir.

Les mots **Cours** et **Leçon** sont très scolaires. Ils induisent certes un apprentissage, mais ne sont pas du domaine du loisir.

Le mot **Reprise** a une connotation négative. Il induit correction et dressage souvent associés au domptage par le grand public.

Réponses

- Expert
- ◆ Enthousiaste
- * Entraîneur
- ♥ Bienveillant

MOTIVER POUR FIDÉLISER

IDENTIFIER LA MOTIVATION PRINCIPALE DE CHAQUE CAVALIER PERMET DE MIEUX REpondre A SES ATTENTES. 2 QUIZZ EN LIGNE SUR LE THEME : QUEL CAVALIER ES-TU / ETES-VOUS ? PEUVENT Y CONTRIBUER. PETITE TYPOLOGIE DES 5 GRANDES FAMILLES DE CAVALIERS.

Les quizz

Les 2 quizz destinés aux cavaliers à poney et aux cavaliers à cheval sont un jeu sans prétention qui invite le cavalier à découvrir, à travers une série d'une dizaine de questions, quel est son profil de cavalier. C'est avant tout pour l'enseignant une manière ludique d'ouvrir le dialogue sur la motivation de chacun.

Le questionnaire peut être mis en ligne ou distribué. On peut mettre les réponses au verso pour une utilisation en self-service. On peut afficher les réponses au club, sur le site web ou sur la page Facebook du club, inviter le cavalier à demander la réponse à son enseignant ou faire de la réponse au quizz un sujet pour la séance suivante. Chacun vient avec ses réponses. On demande qui a le plus de coeurs, de carreaux... et on dit quel est le profil du cavalier coeur, carreau...

La solution de la réponse dans une urne avec un tirage au sort de cadeau permet à ceux qui le souhaitent de rendre leur questionnaire avec leur nom et / ou leur mail, pour avoir toutes les réponses et de s'assurer de la convergence entre ses observations au cours de l'année et le ressenti de ses cavaliers.

Réinscription

La réinscription se décide en mai et juin. C'est le bon moment pour convaincre les indécis et pour réfléchir à l'organisation de ses groupes



© FEELPSY

pour l'année suivante. Evidemment, si tous vos groupes de niveau ont la même motivation principale et que vous leur proposez les activités qui vont bien, c'est le rêve ! La réalité est plus souvent des motivations très hétérogènes dans des groupes du même niveau ou alors des niveaux très différents dans des groupes réunis autour du même projet traduisant une convergence de motivations, compétition, spectacle...

Identifier et différencier

Chaque enseignant jongle au quotidien avec cette diversité. La pédagogie différenciée et la diversification des activités sont les deux solutions les plus courantes. Proposer des ateliers que chacun peut faire à son rythme permet de perdre moins de monde en chemin. Proposer une variété de séances permet de satisfaire alternativement chaque cavalier.

Le groupe de niveau n'est pas la seule solution et les groupes de

garçons sont une des options pour les garder au club, même si, vu leur nombre, la possibilité de groupes de niveau est faible.

Typologie

« Pour apprendre l'anglais à Paul, il faut connaître l'Anglais, mais il faut aussi connaître Paul. » La règle s'applique pleinement à l'équitation. Les quizz mettent en évidence les 5 motivations prédominantes chez chaque cavalier. Les réponses données au cavalier décrivent son comportement et ses préférences. Nous les avons appelés Passionnés, Sportifs, Aventuriers, Sensitifs et Prudents. Ce sont plus souvent les 3 premiers ou les 2 derniers qui sont associés. Passionnés, Sportifs et Aventuriers sont autodéterminés. Leur motivation est forte et les pousse à demander plus. Sensitifs et Prudents fonctionnent davantage à l'affectif. Ils ont besoin d'être motivés par le contact avec l'animal, avec la nature ou par les encouragements de l'enseignant.

Profils de parents

Les parents sont différents. Parfois, père et mère ou compagne / compagnon n'ont pas la même approche. Leurs personnalités vont aussi de l'introverti à l'extraverti, du centré sur les apprentissages de l'enfant au centré sur son épanouissement dans le moment présent. Certains sont scotchés en bord de piste, d'autre ne connaissent du club que le parking. Certains obéissent à leurs enfants, d'autres les écoutent peu...

Tous attendent une prise en compte de leurs impératifs, notamment horaires et financiers.

Tous sont décideurs et le dialogue est le meilleur moyen de savoir ce qu'ils veulent et de leur proposer un projet de nature à les convaincre.

Passionné

Le passionné a besoin de se réaliser, de mettre en pratique ses potentialités, de maîtriser son environnement, de renouveler ses connaissances. Sa source de motivation est intrinsèque. C'est le plus haut niveau d'autodétermination. Sa satisfaction est basée sur l'accès à la connaissance, le plaisir de faire et celui d'apprendre.

Sa soif débordante de se réaliser demande un esprit d'ouverture de l'enseignant pour être à la hauteur de ses aspirations. L'avantage est qu'on peut lui proposer tous les jours de nouvelles activités, quelles qu'en soient les difficultés. Mais gare à la routine qui va tuer son enthousiasme.

Sportif

Le sportif se fixe un objectif et trouve sa récompense quand il l'atteint. Sa motivation est forte. Il est très déterminé à surmonter les obstacles, à se dépasser et à se confronter aux autres pour réaliser bien et rapidement une tâche difficile.

La compétition correspond parfaitement à ce besoin d'accomplissement. L'enseignant est son entraîneur, son technicien et son facteur anti-stress. Il apprend à se mettre dans la pensée positive, à tirer les leçons des échecs pour les dépasser et à relativiser l'impact de la réussite.

Il propose un projet de compétition adapté en veillant à ce que la marche ne soit ni trop basse, ni trop haute pour progresser dans de bonnes conditions.

Aventurier

L'aventurier fait cette activité par choix et juge que l'équitation est en cohérence avec sa personnalité, ses croyances et ses valeurs. Son autodétermination est très élevée. Il a un



© FFE/Maïndru

besoin d'estime personnelle, de respect des autres. Il veut s'accomplir et établir des relations humaines fortes. Il veut pouvoir proposer des idées nouvelles, d'avant-garde parfois.

Il recherche un compagnon d'aventure dans le moniteur avec une relation très partenariale.

En plus de la relation avec son cheval, tout ce qui est source de socialisation et de coopération est une raison de venir au club. C'est un bon candidat à la vie associative.

Il aimera tous les projets collectifs éphémères, randonnées, spectacles, journées à thème...

Sensitif

Le sensitif fonctionne par préférence. La préférence est un facteur motivationnel d'ordre affectif. Sa satisfaction est basée sur des sensations, contact avec l'animal, plaisir esthétique, admiration... Le sensitif a grand besoin d'affection et d'attention.

L'enseignant minimisera les efforts et maximisera la relation avec le cheval. Il veillera à bien individualiser ses remarques et à passer par la médiation du cheval, tout en montrant son intérêt pour les problématiques que suscite le cavalier.

L'approche éthologique, les séances à pied, les promenades sont des activités privilégiées pour le sensitif.

Prudent

Le prudent est souvent un cavalier qui a décidé de surmonter ses peurs, de l'animal, de la chute, de la difficulté. Sa motivation est fragile. Son besoin de sécurité est prioritaire.

Ce peut être un enfant poussé par ses parents ou un adulte qui s'impose de se surpasser pour relever un défi personnel.

Il est bon de lui expliquer le fonctionnement des chevaux pour qu'il le comprenne.

Il faut légitimer ses émotions pour qu'il puisse les exprimer sans crainte.

Son enseignant est sa première source de motivation. Son rôle est déterminant. Il lui faut rassurer, encourager, proposer des objectifs accessibles.

Les remarques verbales doivent traduire l'attention, la reconnaissance, le compliment, l'approbation verbale ou gestuelle.

Il est important de proposer des activités qui mobilisent l'attention sur des objectifs extérieurs, coordination avec les autres cavaliers dans les carrousels et les spectacles, activités avec objets, ballon, balles, tasses, maillets, etc. ou approche éthologique focalisée sur le cheval.

Valeurs tendance

Le développement personnel est tendance et les parents plébiscitent les valeurs phares de l'éducation positive. Leur top 5.

1 Epanouissement et équilibre personnel de l'enfant.

2 Bien-être au sein de la famille.

3 Réussite scolaire.

4 Politesse et savoir-être en société.

5 Ouverture d'esprit et culture.

Source *Le Figaro* 6 mars 2016



Métiers Cheval

 **ANIMATEUR**
 **ACCOMPAGNATEUR**
 **ENSEIGNANT D'ÉQUITATION**
DIPLÔMES RECONNUS PAR L'ÉTAT

Renseignements sur
ffe.com/metiers



FÉDÉRATION FRANÇAISE D'ÉQUITATION - FFE.COM