PLAN STRATÉGIQUE COLLABORATIF 2019-2022

volet 2

Plan d'action

version finale

Préparé par **Hanneke Ronken**
stratège en innovation culturelle

24 octobre 2018

Table des matières

A OBJECTIFS STRATÉGIQUES 3

B ÉCHÉANCIER 6

C PLAN D'ACTION STRATÉGIQUE 10

1 Repositionner la marque 11

2 Augmenter la participation au Festival et au Concours 21

3 Dégager plus de profits avec les événements 26

4 Augmenter le membership 30

5 Devenir une structure organisationnelle innovante 34

A.

OBJECTIFS STRATÉGIQUES

1

Repositionner la marque

a) Inspirer par la mission/vision/nom.

b) Développer un plan de communication intégrée et stratégique.

c) Mieux faire comprendre l'offre de services globale.

d) Devenir un leader inspirant pour l'ensemble du milieu.

e) Mieux se positionner dans d'autres milieux (pro, parascolaire, communautaire, médiation).

2

Augmenter la participation au Festival et au Concours

a) Bonifier l'expérience à faible cout pour mieux répondre aux besoins des publics.

b) Miser sur de nouvelles pratiques numériques.

c) Développer un partenariat avec un événement de prestige national ou international.

3

Dégager plus de profits avec les événements

a) Optimiser les revenus de commandites majeurs par l'entremise de la FHOSQ.

b) Approcher des Fondations jeunesse et culture stratégiquement.

c) Le Festival : Développer une offre de services clé-en-main pour concurrencer le voyage scolaire.

4

Augmenter le membership

a) Revoir la politique d'affiliation axée membre.

b) Développer une campagne marketing nouveaux membres avec l'assurance RC comme levier.

c) Promouvoir le membership via Google AdGrants.

5

Devenir une structure organisationnelle innovante

a) Opter pour l'agilité et le leadership participatif.

b) Adopter une approche centrée utilisateur.

c) Devenir une organisation apprenante.

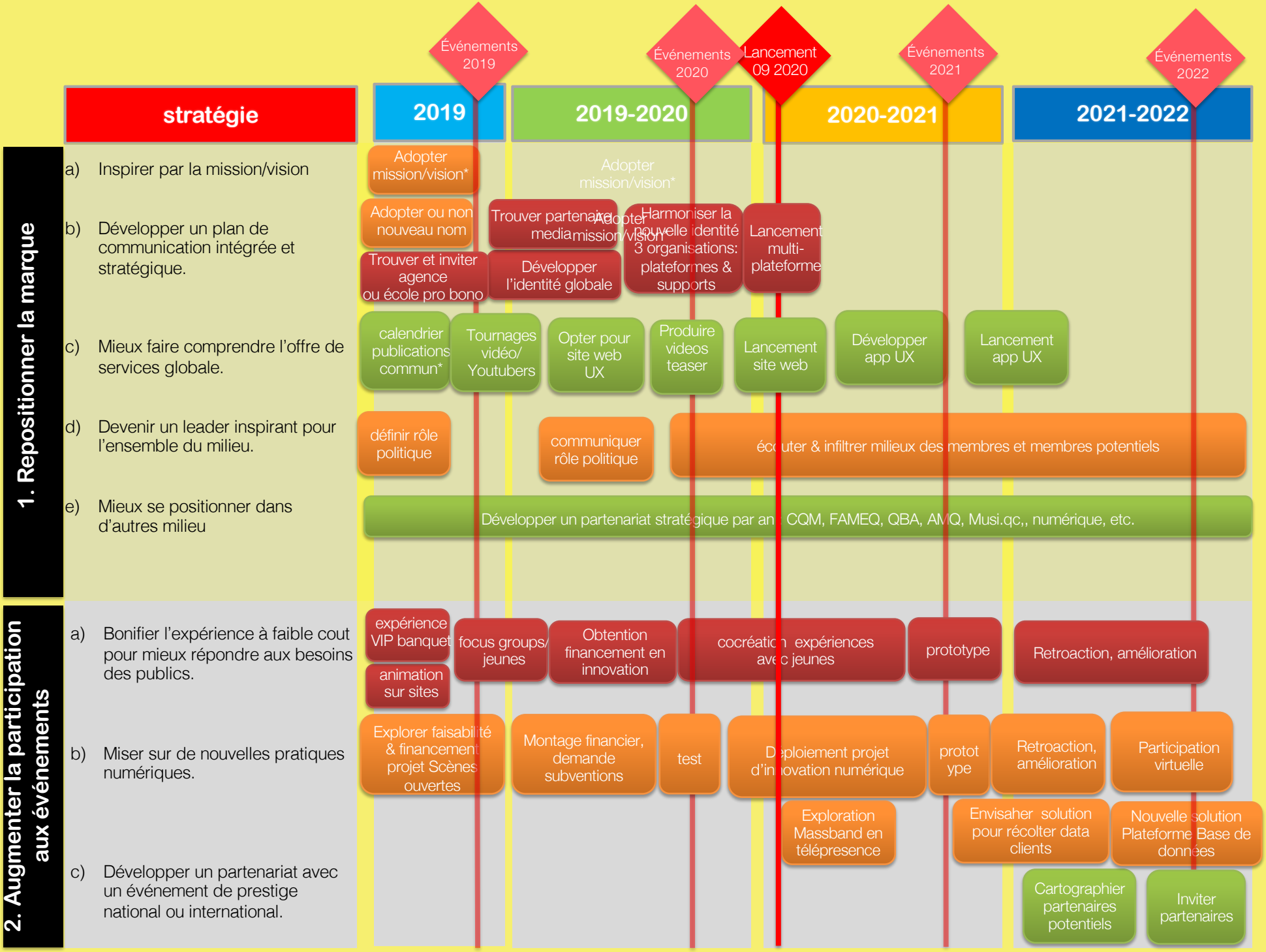
d) Créer de l'intelligence avec les données.

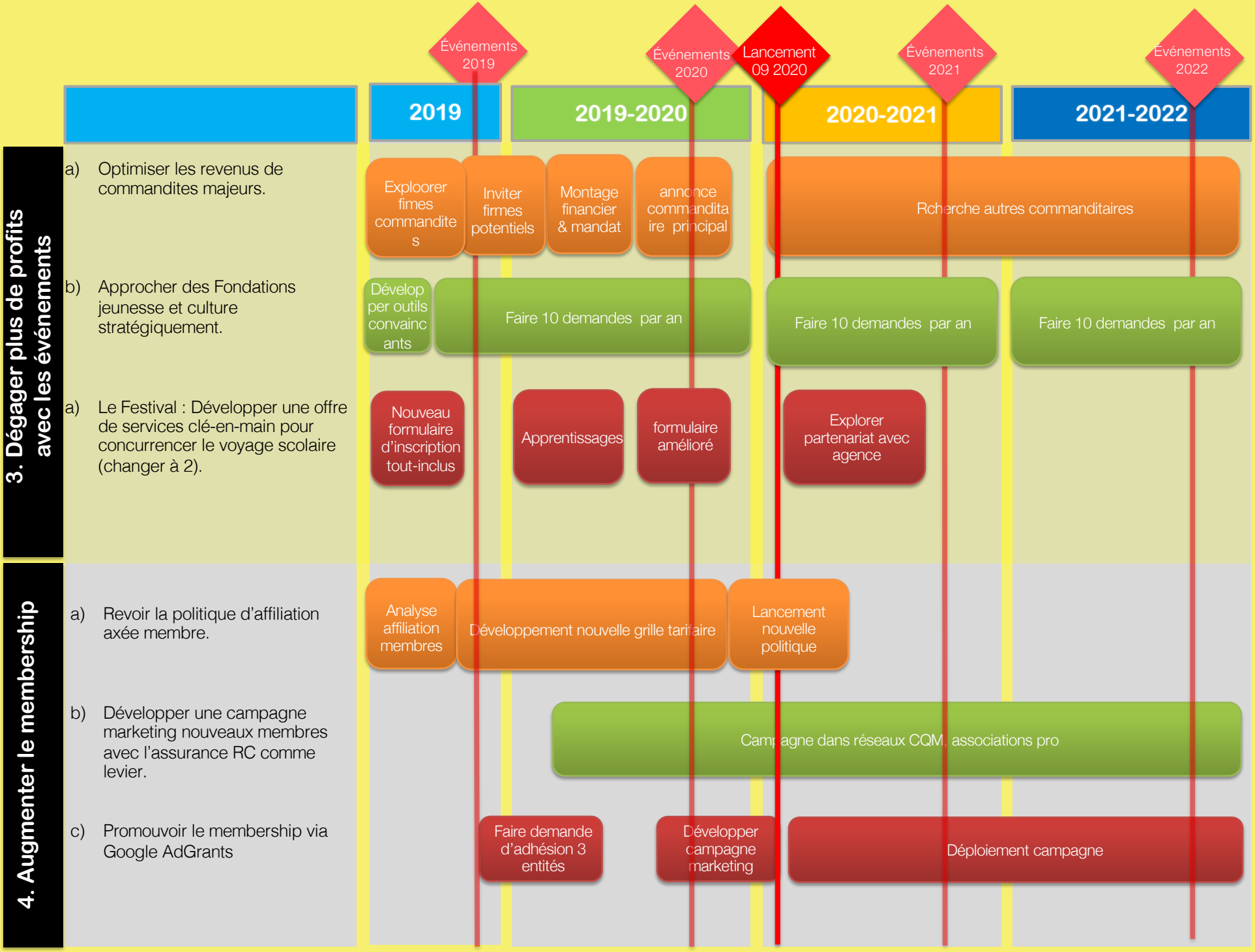
e) Adopter des outils et logiciels collaboratifs.

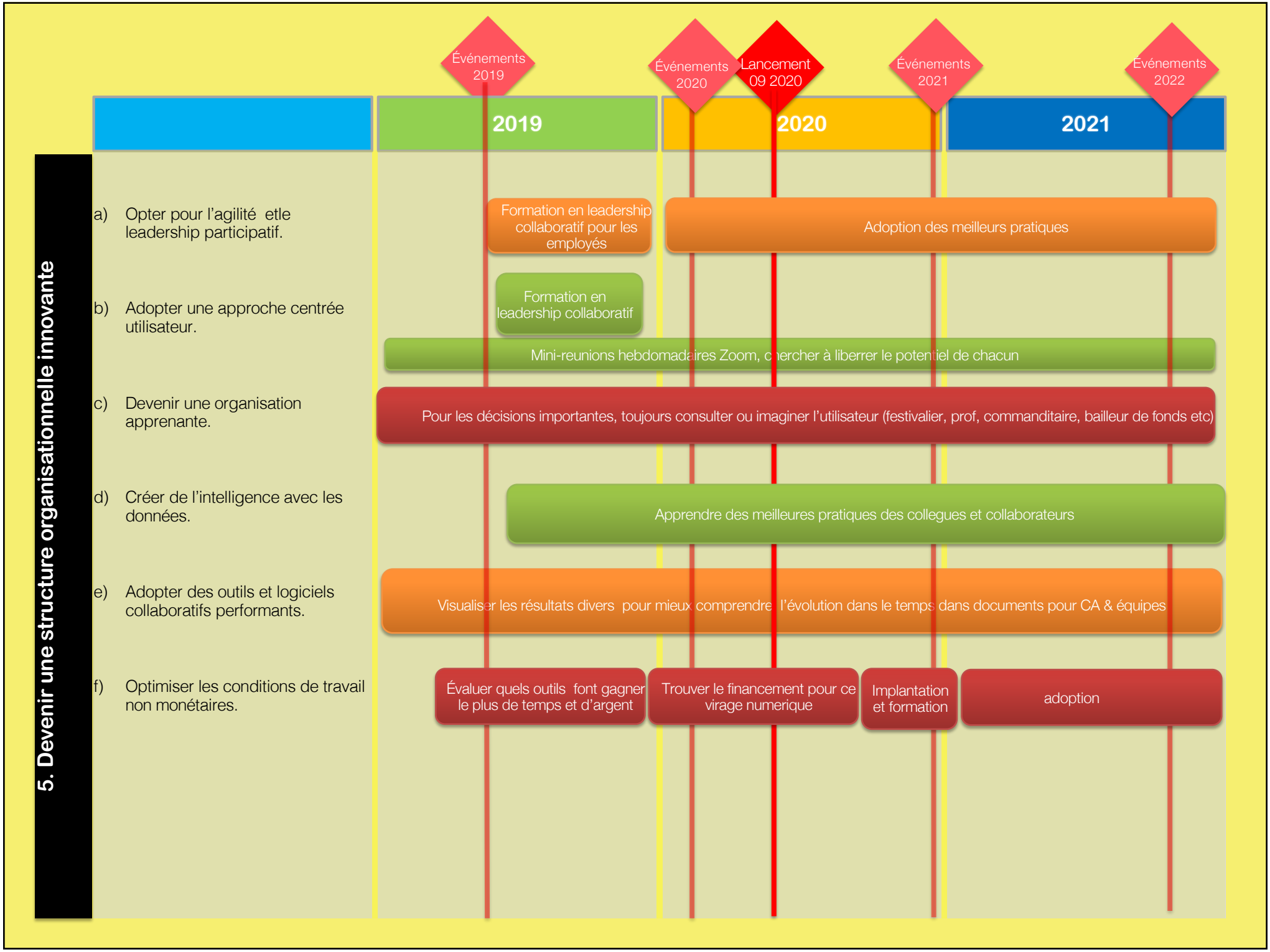
f) Optimiser les conditions de travail non monétaires.

B.

ECHÉANCIER


Événements 2019
Événements 2020
Lancement 09 2020
Événements 2021
Événements 2022
stratégie
2019
2019-2020
2020-2021
2021-2022
1. Repositionner la marque
a) Inspirer par la mission/vision
b) Développer un plan de communication intégrée et stratégique.
c) Mieux faire comprendre l'offre de services globale.
d) Devenir un leader inspirant pour l'ensemble du milieu.
e) Mieux se positionner dans d'autres milieu
Adopter mission/vision*
Adopter mission/vision*
Adopter ou non nouveau nom
Trouver partenaire media
Adopter mission/vision
Harmoniser la nouvelle identité 3 organisations: plateformes & supports
Lancement multi-plateforme
Trouver et inviter agence ou école pro bono
Développer l'identité globale
calendrier publications commun*
Tournages vidéo/ Youtubers
Opter pour site web UX
Produire videos teaser
Lancement site web
Développer app UX
Lancement app UX
définir rôle politique
communiquer rôle politique
écouter & infiltrer milieux des membres et membres potentiels
Développer un partenariat stratégique par ant CQM, FAMEQ, QBA, AMQ, Musi.qc,, numérique, etc.
2. Augmenter la participation aux événements
a) Bonifier l'expérience à faible cout pour mieux répondre aux besoins des publics.
b) Miser sur de nouvelles pratiques numériques.
c) Développer un partenariat avec un événement de prestige national ou international.
expérience VIP banquet
animation sur sites
focus groups/ jeunes
Obtention financement en innovation
cocréation expériences avec jeunes
prototype
Retroaction, amélioration
Explorer faisabilité & financement projet Scènes ouvertes
Montage financier, demande subventions
test
Deploiement projet d'innovation numérique
prototype
Retroaction, amélioration
Participation virtuelle
Exploration Massband en télépresence
Envisaher solution pour récolter data clients
Nouvelle solution Plateforme Base de données
Cartographier partenaires potentiels
Inviter partenaires


Événements 2019
Événements 2020
Lancement 09 2020
Événements 2021
Événements 2022
2019
2019-2020
2020-2021
2021-2022
3. Dégager plus de profits avec les événements
a) Optimiser les revenus de commandites majeurs.
Exploorer fimes commandites
Inviter firmes potentiels
Montage financier & mandat
annonce commanditaire principal
Rcherche autres commanditaires
b) Approcher des Fondations jeunesse et culture stratégiquement.
Développer outils convaincants
Faire 10 demandes par an
Faire 10 demandes par an
Faire 10 demandes par an
a) Le Festival : Développer une offre de services clé-en-main pour concurrencer le voyage scolaire (changer à 2).
Nouveau formulaire d'inscription tout-inclus
Apprentissages
formulaire amélioré
Explorer partenariat avec agence
4. Augmenter le membership
a) Revoir la politique d'affiliation axée membre.
Analyse affiliation membres
Développement nouvelle grille tarifaire
Lancement nouvelle politique
b) Développer une campagne marketing nouveaux membres avec l'assurance RC comme levier.
Campagne dans réseaux CQM, associations pro
c) Promouvoir le membership via Google AdGrants
Faire demande d'adhésion 3 entités
Développer campagne marketing
Déploiement campagne


5. Devenir une structure organisationnelle innovante
Événements 2019
Événements 2020
Lancement 09 2020
Événements 2021
Événements 2022
2019
2020
2021
a) Opter pour l'agilité etle leadership participatif.
Formation en leadership collaboratif pour les employés
Adoption des meilleurs pratiques
b) Adopter une approche centrée utilisateur.
Formation en leadership collaboratif
Mini-reunions hebdomadaires Zoom, chercher à liberrer le potentiel de chacun
c) Devenir une organisation apprenante.
Pour les décisions importantes, toujours consulter ou imaginer l'utilisateur (festivalier, prof, commanditaire, bailleur de fonds etc)
d) Créer de l'intelligence avec les données.
Apprendre des meilleures pratiques des collegues et collaborateurs
e) Adopter des outils et logiciels collaboratifs performants.
Visualiser les résultats divers pour mieux comprendre l'évolution dans le temps dans documents pour CA & équipes
f) Optimiser les conditions de travail non monétaires.
Évaluer quels outils font gagner le plus de temps et d'argent
Trouver le financement pour ce virage numerique
Implantation et formation
adoption