ACMQ Association des communicateurs municipaux du Québec

PLAN STRATÉGIQUE 2021-2025

Optima MANAGEMENT

POUR UN MANAGEMENT À VALEUR AJOUTÉE

Présenté le 27 mai 2021

But et objectifs de la démarche

Doter l'ACMQ d'un plan stratégique approprié au contexte actuel et aux défis à venir,
pour un horizon stratégique 2021-2025.

Prémisses principales

Diagnostic

Mission | Vision | Valeurs

Les principales orientations

© Optima Management inc.

© Conception graphique : Studio Pink | 2021

« La communication municipale :

NOTRE TRAVAIL, NOTRE PASSION

»

Le plan stratégique, point d'ancrage

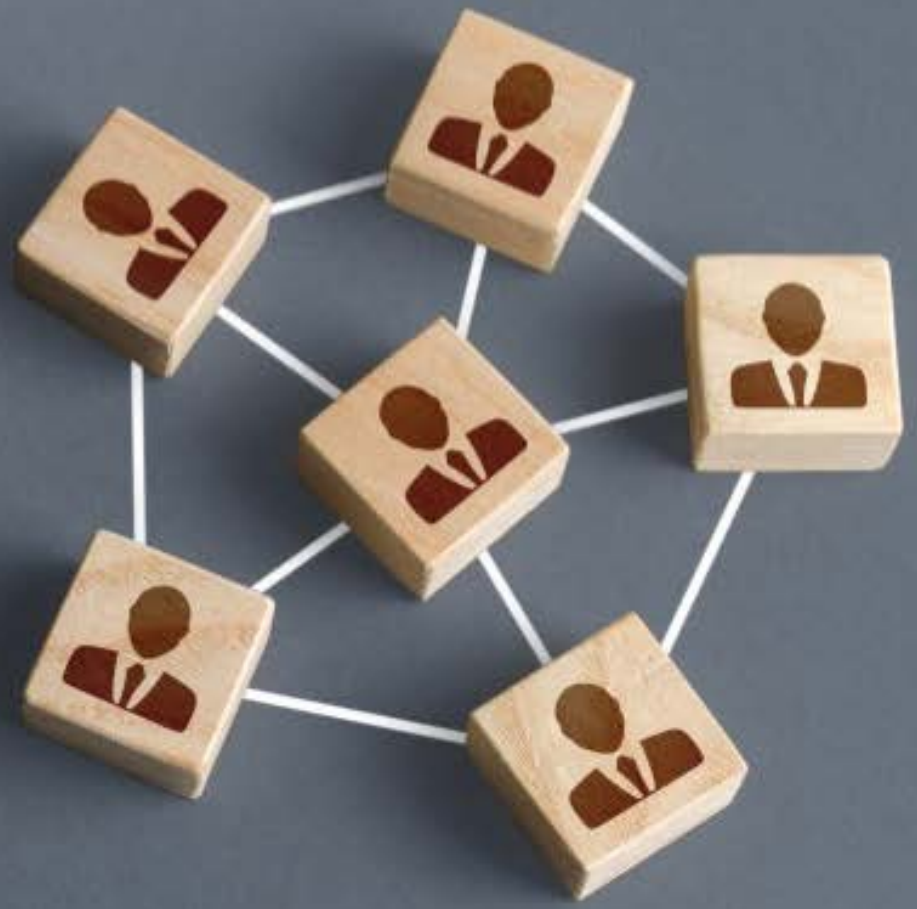
On a parfois l'impression que notre organisation perd tout repère face à des événements qui se présentent.

Il faut revenir aux éléments de base de son plan stratégique :

- Quelle est la mission ?
- Quelle est la capacité stratégique (expertise interne, ce sur quoi on se démarque) ?
- Quel est le modèle d'affaires ?
- Quel est le modèle de revenus ?
- Qu'est-ce qui définit l'ACMQ ?
  - les services offerts ?
  - l'expertise ?
  - le réseautage ?
  - des connaissances spécifiques ?
- Faut-il se réinventer ? Si oui, à quelle vitesse ?

Caractéristiques de la démarche

- Inclusive et consultative
- Appartient aux membres
- Tient compte de la prochaine équipe d'administrateurs
- Flexible



Cueillette

- Conseil d'administration
- \+
- Bénévoles et collaborateurs
- \+
- Membres

+ de 100 participants

Analyse

- L'environnement externe
- L'organisation interne

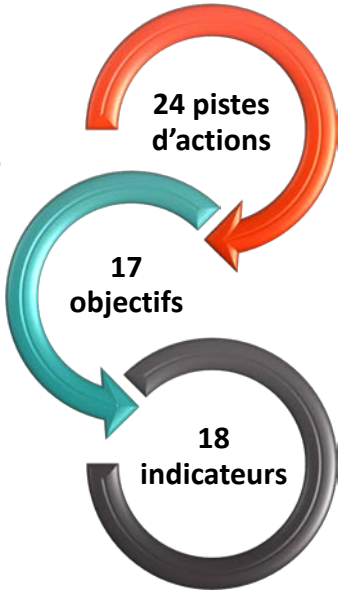
Diagnostic

- **36** opportunités et menaces
- **50** forces et faiblesses

Enjeux et Orientations

- 2 Avantages concurrentiels
- 3 Enjeux
- 4 Orientations

Plan triennal



© Optima Management inc.

© Conception graphique : Studio Pink | 2021

Démarche globale

Procéder au diagnostic de la situation actuelle

DIAGNOSTIC STRATÉGIQUE

- Environnement
- Sondages et entrevues ciblés
- Sondage aux membres
- Analyse et lien entre les éléments

Définir les objectifs et priorités stratégiques

OBJECTIFS ET PRIORITÉS

- Sondage aux membres
- Vision
- Attentes exprimées
- Besoins généraux et spécifiques

Formuler la stratégie et le plan de mise en oeuvre

PLAN D'ACTION

- Quatre grandes orientations
- 17 objectifs
- Moyens à mettre en œuvre
- Mesurer le déploiement, le succès de la stratégie et la réalisation de la mission

© Optima Management inc.

© Conception graphique : Studio Pink | 2021

MISSION

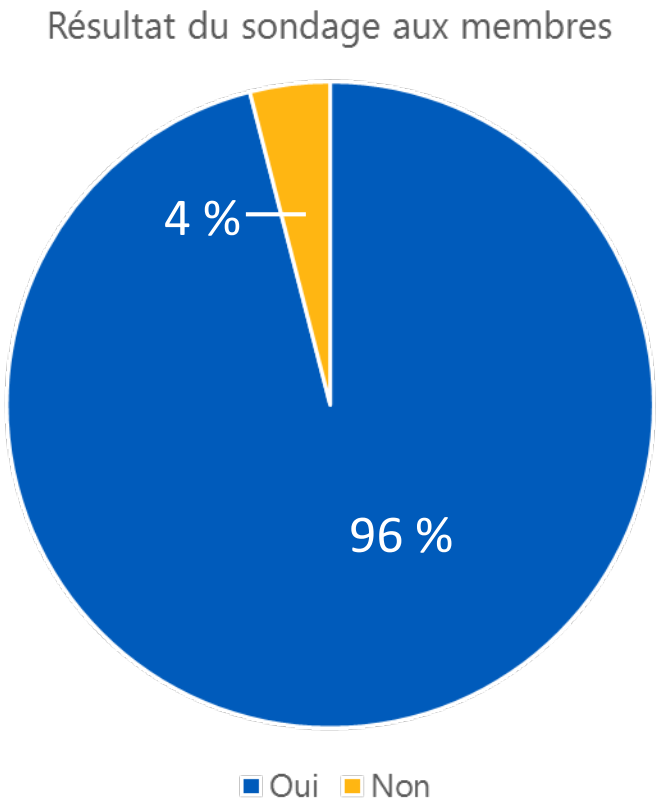
VISION

VALEURS

La mission

Depuis 1978, la mission principale de l'ACMQ se concentre sur deux objectifs primordiaux :

- Développer les compétences de ses membres en matière de communication publique;
- Agir comme lieu d'échanges et de rencontres entre ceux-ci, tout en leur fournissant différents services.



© Optima Management inc.

© Conception graphique : Studio Pink | 2021

ACMQ
Association des communicateurs municipaux du Québec

La vision

Dans vos rêves les plus fous, qu'est-ce que vous aimeriez que l'ACMQ accomplisse ?

Quel serait son apport ultime à la société et à ses membres ?

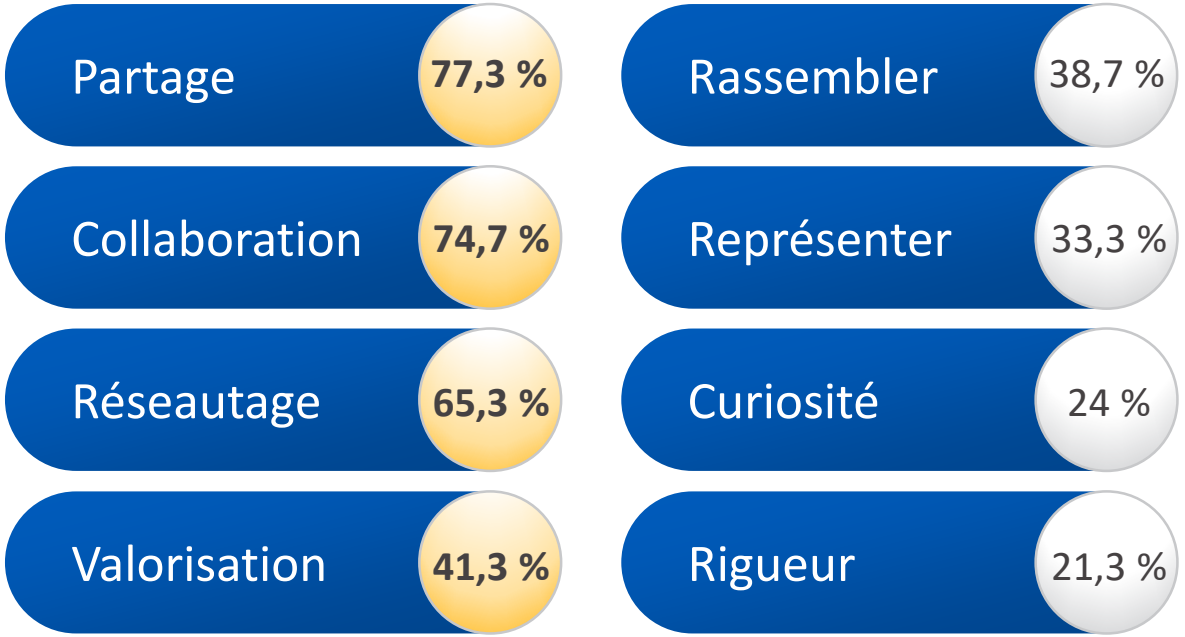
Résultat du sondage aux membres

© Optima Management inc.

Les valeurs

Parmi les valeurs suivantes, veuillez en identifier seulement quatre qui devraient nécessairement être associées à l'ACMQ ?

Résultat du sondage aux membres



© Optima Management inc.

© Conception graphique : Studio Pink | 2021

Le diagnostic stratégique

Le diagnostic

Quelques éléments clés

L'implication des membres du CA et des bénévoles

Des activités en lien avec la mission

Les élections municipales de novembre 2021

L'après-COVID-19

- reprise des activités municipales
- incertitude économique
- craintes de la population

Utilisation des médias sociaux

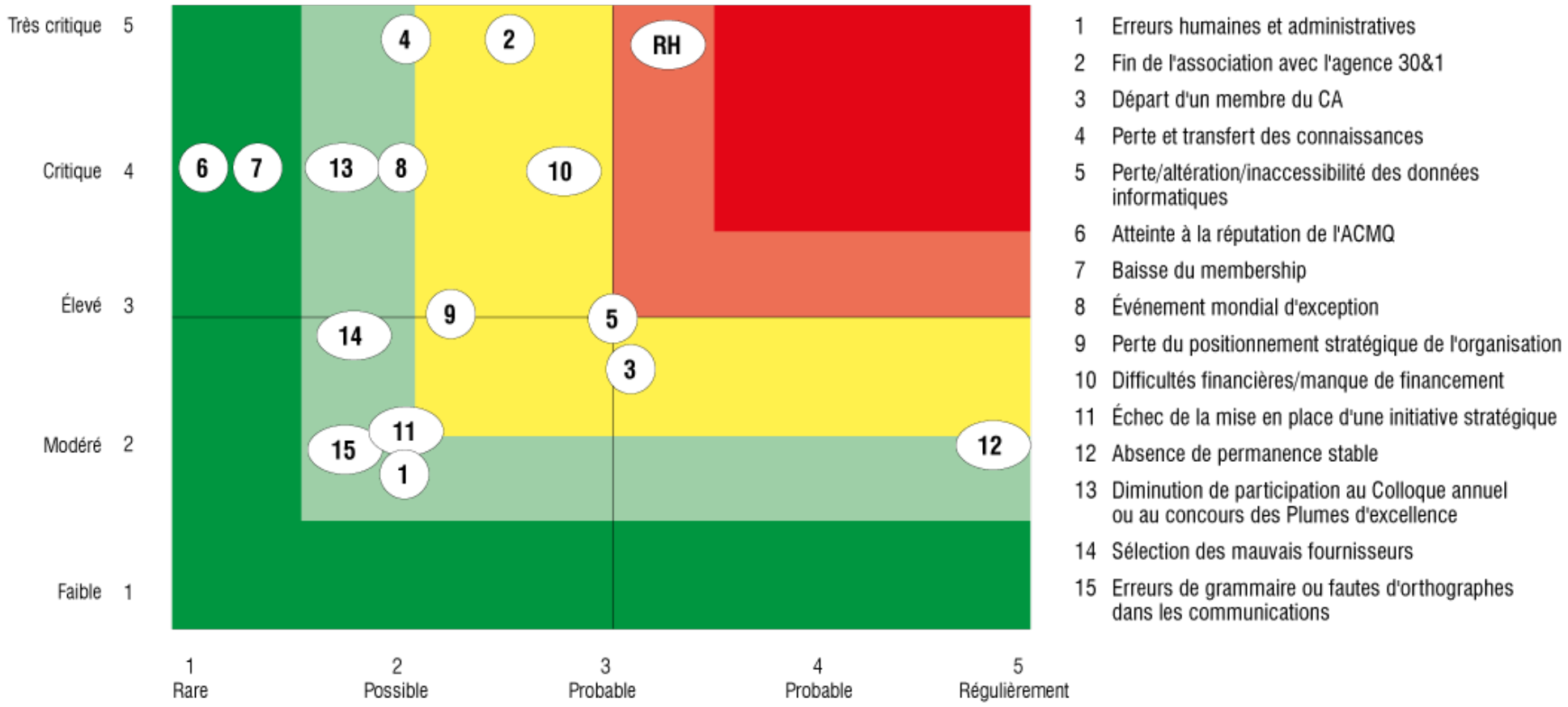
- pour une communication optimale
- utilisation par les élus
- haine sur le Web

© Optima Management inc.

© Conception graphique : Studio Pink | 2021

Le diagnostic

Les risques



1 Erreurs humaines et administratives
2 Fin de l'association avec l'agence 30&1
3 Départ d'un membre du CA
4 Perte et transfert des connaissances
5 Perte/altération/inaccessibilité des données informatiques
6 Atteinte à la réputation de l'ACMQ
7 Baisse du membership
8 Événement mondial d'exception
9 Perte du positionnement stratégique de l'organisation
10 Difficultés financières/manque de financement
11 Échec de la mise en place d'une initiative stratégique
12 Absence de permanence stable
13 Diminution de participation au Colloque annuel ou au concours des Plumes d'excellence
14 Sélection des mauvais fournisseurs
15 Erreurs de grammaire ou fautes d'orthographes dans les communications

© Optima Management inc.

© Conception graphique : Studio Pink | 2021

Le diagnostic

Les activités désirées

Parmi les activités suivantes, veuillez en identifier seulement quatre qui devraient nécessairement être associées à l'ACMQ ?

- Plus de formations
- Suggestions de lectures
- Mentorat
- Formations spécifiques
- Articles spécifiques
- Coaching
- Conférences en ligne
- Boîte à idées
- Codéveloppement
- Formations dans des formats différents
- Gabarits
- Appel d'offres conjointes
- Exemples de bons coups

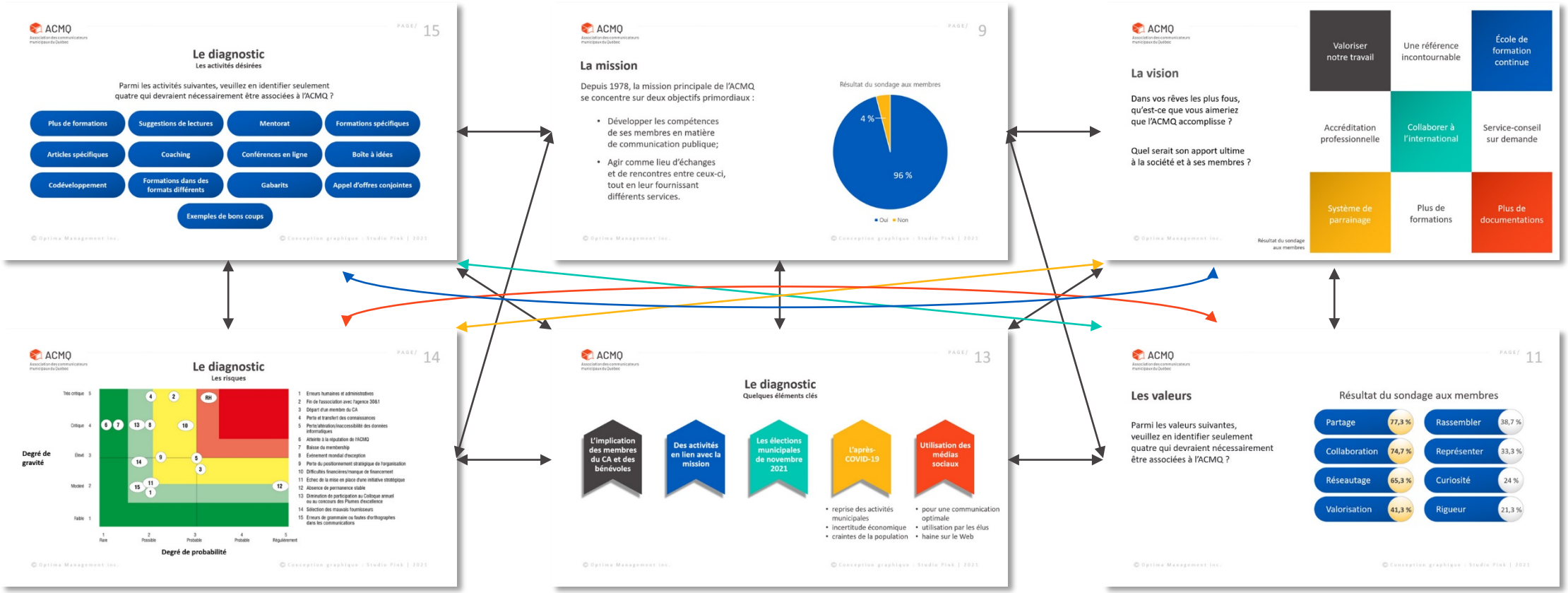
© Optima Management inc.

© Conception graphique : Studio Pink | 2021

Définir les objectifs stratégiques

Définir les objectifs stratégiques

Compte tenu des forces, des faiblesses, des menaces et des opportunités que nous avons identifiées, où voulons-nous aller et comment voulons-nous y aller ?



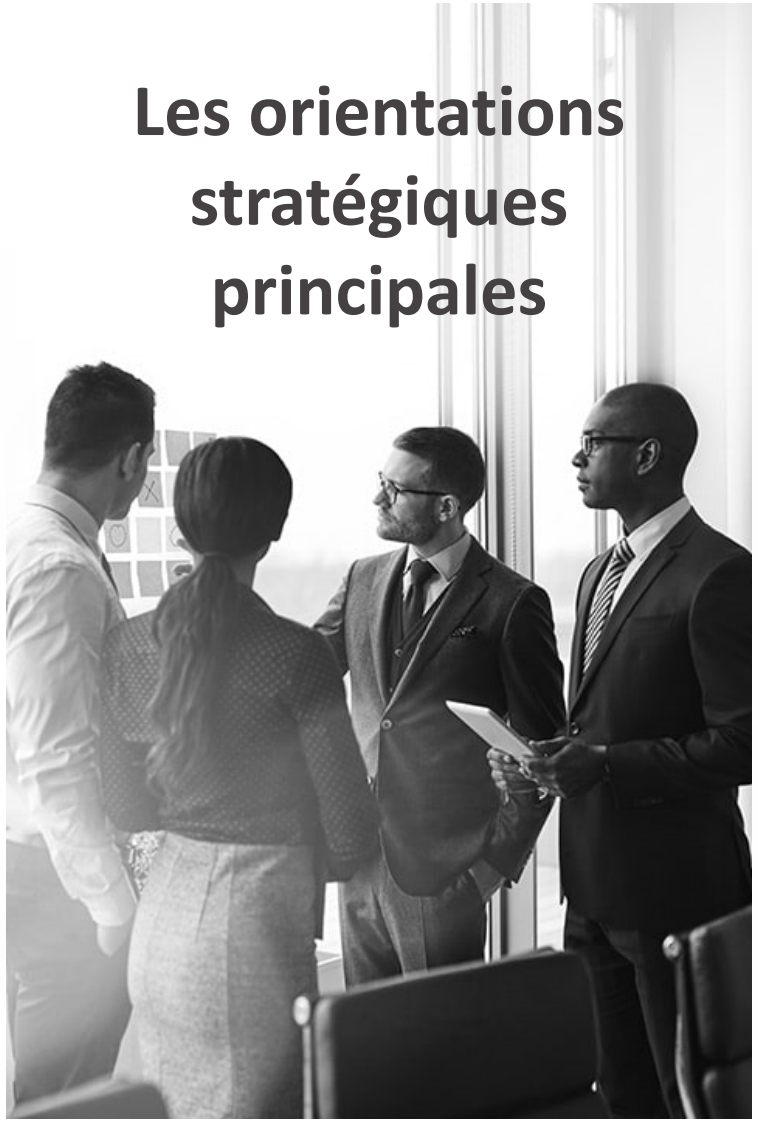
© Optima Management inc.

© Conception graphique : Studio Pink | 2021

Les orientations stratégiques principales

Offrir un programme de formation adapté aux besoins évolutifs de nos membres

Partager les connaissances par des activités variées, d'actualité et adaptées



Valoriser la profession

Assurer la pérennité de l'ACMQ

© Optima Management inc.

© Conception graphique : Studio Pink | 2021

Orientations	Offrir un programme de formation adapté aux besoins évolutifs de nos membres	Partager les connaissances par des activités variées, d'actualité et adaptées	Valoriser la profession	Assurer la pérennité de l'ACMQ
Objectifs stratégiques	• Connaître les besoins de nos membres • Associer les activités et les formations à nos valeurs • Bâtir un plan de formation qui tient compte de la réalité de nos membres (petites, moyennes et grandes municipalités, MRC) • Varier les formations en fonction des différents domaines • Établir des partenariats (ex : UMQ)	• Offrir du mentorat / coaching à nos membres • Développer des partenariats et collaborations avec universités, autres associations et entreprises • S'imposer comme la référence de la communication municipale	• Positionner et définir l'ACMQ de sorte à ce que la profession soit reconnue • Offrir une certification • Expliquer davantage le rôle « bénévole » des membres du CA • S'impliquer dans les enjeux qui touchent ce qui est lié à la communication au Québec (ex : alphabétisation)	• Structurer l'ACMQ de façon efficace • Mobiliser les membres pour collaborer à des comités • Définir une structure de réseautage plus formelle regroupant les membres selon différents critères • Documenter le portrait de nos membres/villes • Augmenter le nombre d'administrateurs de deux membres (idéalement un village et une MRC)
Pilotes	À déterminer	À déterminer	À déterminer	À déterminer
KPI	• Nb de formations adaptées pour les petites municipalités • Variété de formations par catégories de ville • Nb de formations offertes annuellement • Nb de compétences couvertes par le programme de formations • % de satisfaction des membres à l'égard des formations offertes	• Nb de mentors recrutés • Nb de séances de coaching annuelles • % des membres impliqués dans nos initiatives de partage de connaissances • Nb d'innovations et d'initiatives permettant de bonifier le partage de connaissances	• Nb de membres valorisés sur une base annuelle • Minimum de une personne de communication dans chaque ville / village/ MRC	• Nb de membres au CA • Nb de personnes impliquées dans le fonctionnement de l'ACMQ • Nb de sous-comités spécialisés • Nb de membres • Nb de nouveaux partenaires financiers • Nb de sources de revenus • % d'augmentation des revenus annualisés

Définir les objectifs stratégiques

Établir les facteurs clés du succès

Avons-nous ce qu'il faut pour réussir ?

01 Culture

02 Historique

03 Capacité

04 Secteur

Monter le plan d’action

Monter le plan d'action

Un outil : l'analyse fonctionnelle

Orientation stratégique #1

Offrir un programme de formation adapté aux besoins évolutifs de nos membres

- Connaître les besoins de nos membres
  - Effectuer un sondage tri-annuel auprès des membres pour connaître leurs besoins en formation
  - Établir un profil des compétences
- Associer les activités et les formations à nos valeurs
  - Définir nos valeurs
  - Mettre sur pied un Comité de formation
- Bâtir un plan de formation qui tient compte de la réalité de nos membres (petites, moyennes et grandes municipalités, MRC)
  - Établir un budget pour la formation
  - Segmenter annuellement des types de formations : numériques, relations publiques, rédaction, etc.
- Varier les formations en fonction des différents domaines
- Établir des partenariats (ex. : UMQ)

© Optima Management inc.

© Conception graphique : Studio Pink | 2021

Chantiers stratégiques 2021-2025

Orientation 2 – Partager les connaissances par des activités variées, d'actualité et adaptées

Orientation stratégique #2

Partager les connaissances par des activités variées, d'actualité et adaptées

- Connaître les besoins de nos membres
- Associer les activités et les formations à nos valeurs
- Bâtir un plan de formation qui tient compte de la réalité de nos membres (petites, moyennes et grandes municipalités, MRC)
- Varier les formations en fonction des différents domaines
- Établir des partenariats (ex. : UMQ)

© Optima Management inc.

© Conception graphique : Studio Pink | 2021

Chantiers stratégiques 2021-2025

Orientation 3 – Valoriser la profession

Orientation stratégique #3

Valoriser la profession

- Positionner et définir l'ACMQ de sorte à ce que la profession soit reconnue
- Offrir une certification
- Expliquer davantage le rôle « bénévole » des membres du CA
- S'impliquer dans les enjeux qui touchent ce qui est lié à la communication au Québec (ex. : alphabétisation)

© Optima Management inc.

© Conception graphique : Studio Pink | 2021

À compléter par le conseil d'administration

Chantiers stratégiques 2021-2025

Orientation 4 – Structurer l'ACMQ de façon efficace

Orientation stratégique #4

Structurer l'ACMQ de façon efficace

- Assurer la pérennité de l'ACMQ
- Mobiliser les membres pour collaborer à des comités
- Définir une structure de réseautage plus formelle regroupant les membres selon différents critères
- Documenter le portrait de nos membres/villes
- Augmenter le nombre d'administrateurs de deux membres (idéalement d'une petite ville et une MRC)

© Optima Management inc.

© Conception graphique : Studio Pink | 2021

LE PLAN STRATÉGIQUE,
le point d’ancrage pour vous et vos projets !

Optima MANAGEMENT

POUR UN MANAGEMENT À VALEUR AJOUTÉE

514 486-2236 (Montréal) 418 874-1001 (Québec)
Pour obtenir des informations additionnelles :
www.optima-mng.com

Luc Godin, FCPA, FCMA, M.Sc.
lgodin@optima-mng.com
418 874-1001

André Bélanger, CPA, CMA
abelanger@optima-mng.com
514 486-2236

Conception graphique par :

STUDIO PINK
créateur de votre image