

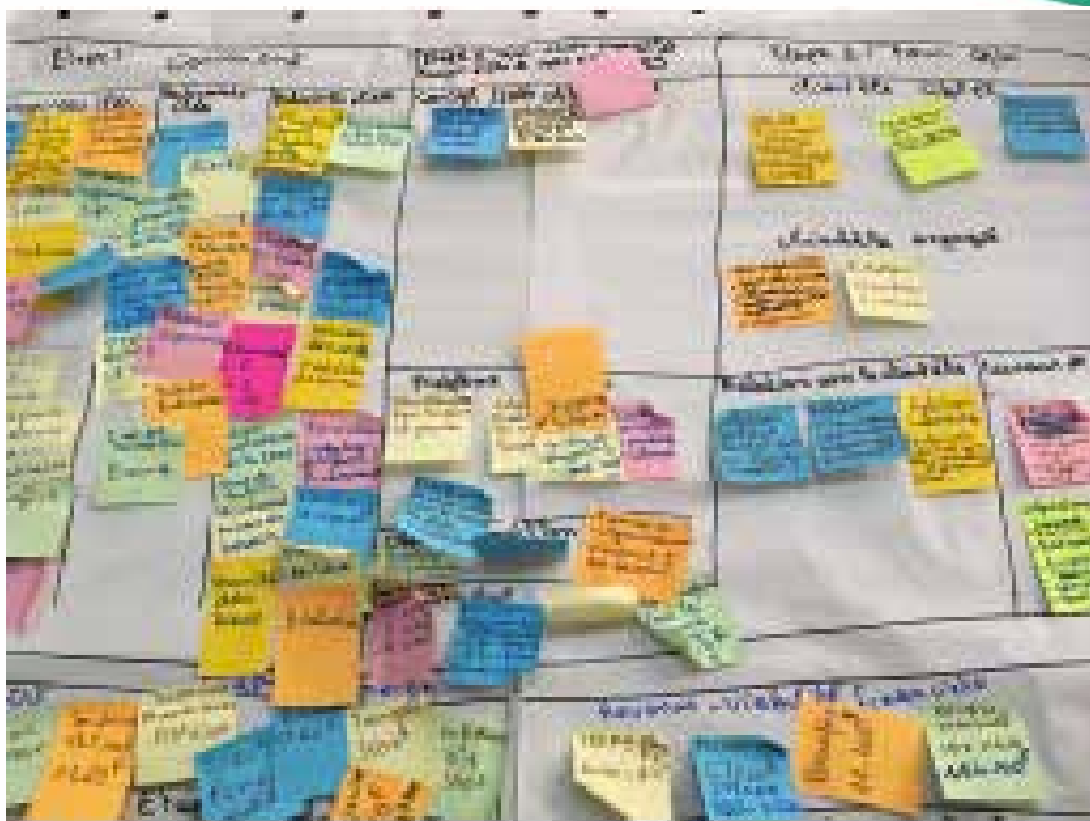
Canevas pour les organisations à but non lucratif

- Représente en une seule page, l'ensemble de votre organisation.
- L'atout principal du canevas est sa simplicité de présentation et de réalisation.
- À utiliser avant d'élaborer le plan stratégique.



Etape 3 : COMMENT			Etape 1 : QUOI - VISION, PROPOSITION ET RAISON D'ÊTRE		Etape 2 : POUR QUI	
Ressources clés Quelles sont les ressources humaines (bénévoles et rémunérées, financières, physiques et techniques que nous avons besoin pour produire une offre qui répond aux attentes de nos membres et de la clientèle ?	Partenariats clés Qui sont les partenaires qui nous aideront à développer notre organisation ?	Activités clés Quelles activités l'organisation entreprendra ?	Vision Nous devons clairement définir notre vision – Imaginons notre organisation d'ici 5 ans - que voyons-nous ?	Membres Qui sont les membres qui nous appuient, qui s'investissent dans l'organisation ?		
			Problème / Besoin Notre organisation propose une solution à un ou des problème(s) ou besoin(s) exprimé(s) par la clientèle ou les membres – quel est ou quels sont ce(s) problème(s), ce(s) besoin(s) ?	Clientèle ciblée Pour qui allons-nous organiser nos activités, offrir nos services, vendre nos produits, etc. ? Qui devons-nous rejoindre pour que notre organisation réussisse ? <ul style="list-style-type: none"> - Clientes / clients - Investisseur-es / bailleurs de fonds - Bénévoles, etc. 		
			Offre - Proposition de valeur Qu'offrirons-nous pour répondre au(x) problème(s)/ besoin(s) ? Que ferons-nous pour offrir une proposition différente, une proposition de valeur qui saura intéresser non membres et la clientèle ?	Relation Quelle sera la relation avec les membres et la clientèle que nous souhaitons avoir (direct via nos activités, notre local ou indirect via notre infolettre, sur internet, etc.)?	Canaux de distribution Quelles seront nos stratégies pour se faire connaître et reconnaître, promouvoir notre programmation et vendre nos produits ou offrir nos services ?	
			Mission - Valeurs Quelle est la mission de l'organisation ?			
Coûts Combien cela coûtera-t-il pour développer et gérer notre organisation tout en répondant au(x) problème(s) ou au besoin(s) de la clientèle et des membres ?			Etape 4 : COMBIEN Revenus – Viabilité financière Combien prévoyons-nous générer de revenus pour la 1 ^{ère} année, la 2 ^e année, la 3 ^e année ? Combien d'argent devons-nous trouver par le biais de subventions, de contributions, de dons ? Combien devons-nous investir dans notre organisation (temps, argent, etc.)?			
Etape 5 : EVALUATION Comment et quand allons-nous évaluer l'évolution de notre organisation ?			IMPACT DE NOTRE ENTREPRISE SOCIALE Impact – Sources d'innovation Quel est l'impact social, économique, culturel ou environnemental visé par notre organisation d'ici 1 an, 3 ans, 5 ans, 10 ans ? Que voulons-nous changer dans le monde ?			

Étape 3 : COMMENT			Étape 1 : QUOI - VISION, PROPOSITION ET RAISON D'ÊTRE	Étape 2 : POUR QUI	
Ressources clés Quelles sont les ressources humaines (bénévoles et rémunérées, financières, physiques et techniques que nous avons	Partenariats clés Qui sont les partenaires qui nous aident à développer notre organisation ?	Activités clés Quelles activités l'organisation entreprendra ?	Vision Nous devons clairement définir notre vision – Imaginons notre organisation d'ici 5 ans - que voyons-nous ?	Membres Qui sont les membres qui nous appuient, qui s'investissent dans l'organisation ? Clientèle cible Pour qui allons-nous réaliser nos activités, offrir nos services, vendre nos produits, etc. ? Qui devons-nous rejoindre pour que notre organisation réussisse ? <ul style="list-style-type: none"> - Clientes / clients - Investisseur-es / bailleurs de fonds - Bénévoles, etc. 	
			Problème / Besoin Quel est le problème / besoin que notre organisation propose une solution à un ou des problèmes (s) ou besoins (s) ?	Relation Quelle sera la relation avec les membres et la clientèle que nous souhaitons avoir (direct via nos activités, notre local ou indirect via notre infolettre, sur internet, etc.)?	
			Mission / Valeurs Quelle est la mission de l'organisation ?	Canaux de distribution Quelles stratégies pour reconnaître, programmer et offrir nos services ou offrir nos produits ?	
			Étape 4 : COMBIEN		
			Revenus - Viabilité financière Combien prévoyons-nous d'avoir de revenus pour la 1 ^{ère} année, la 2 ^e année, la 3 ^e année ? Combien d'argent devons-nous trouver par le biais de subventions, de contributions, de dons ? Pouvons-nous investir dans notre organisation (temps, argent, etc.)?		
Comment et quand allons-nous évaluer l'évolution de notre organisation ?			Étape 5 : EVALUATION DU DEVELOPPEMENT DE NOTRE ENTREPRISE SOCIALE		
Impact - Sources d'innovation Quel est l'impact social, économique, culturel ou environnemental visé par notre organisation d'ici 1 an, 3 ans, 5 ans, 10 ans ? Que voulons-nous changer dans le monde ?					





Devinettes

XXX. a pour mission d'offrir un service de transport en commun sûr, fiable et courtois à un prix raisonnable. Le transport en commun profite à toute la collectivité, parce qu'il permet de réduire les émissions de gaz à effet de serre, la congestion routière et la nécessité de construire de nouvelles routes.



Vision

- Bâtir aujourd'hui la fonction publique de demain : moderne, impartiale et juste.

Mission

- Promouvoir et maintenir une fonction publique non partisane, fondée sur le mérite et représentative qui est au service de tous les Canadiens.



Gouvernement
du Canada

Mission

- Rafraîchir les gens
- Insuffler de l'optimisme et du bonheur
- Créer de la valeur et changer les choses



VISION

Être le meilleur détaillant dans le cœur et l'esprit des consommateurs et des employés.

MISSION

Épargner de l'argent pour que les gens puissent vivre mieux.



Notre mission première est d'être considéré par nos clients comme le restaurant où ils préfèrent se rendre.

Nous nous engageons à offrir des produits de la meilleure qualité et un service irréprochable dans un environnement propre et accueillant.

Pour que nos clients vivent une expérience XXX toujours plus riche, nous travaillons avec nos collaborateurs et nos fournisseurs à élargir constamment l'accessibilité à la marque XXX et à faire évoluer notre offre.



Les 10 avantages de la planification stratégique

Exerce une influence au lieu de la subir

Être prêt à faire face au changement

Mobiliser les ressources humaines : vision commune, mission, valeurs

Assurer une continuité

Atteindre plus facilement les objectifs

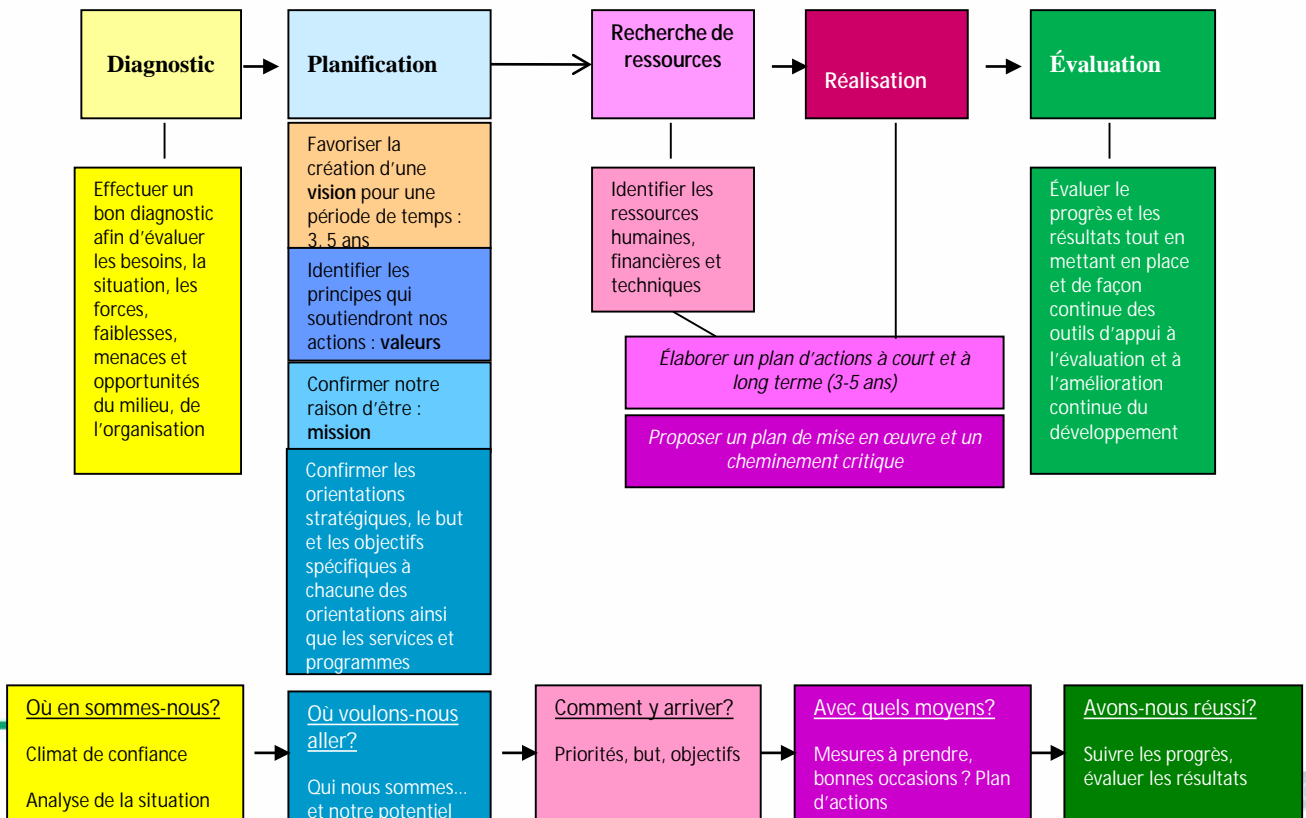
Mieux tirer profit ses forces, ses faiblesses, ses opportunités et ses menaces

Augmenter la crédibilité de l'organisation

Coordonner les choix stratégiques

Investir dans des actions réfléchies, stratégiques et structurées

Rappel: La planification stratégique



MERCI !



Assemblée
de la francophonie de l'Ontario



monassemblee.ca