

Liste complète des orientations stratégiques

Orientation stratégique 1 : Viser une offre de service élargie					
No	Objectifs stratégiques	Activités prévues (moyens)	Détail des activités	Résultats visés	Indicateurs de résultats
1	Favoriser le développement des lignes spécialisées et atteindre de nouvelles clientèles.	Mettre en place les moyens pour mieux rejoindre des clientèles spécifiques : jeunes, anglophones, autochtones, immigrants. Faire de la promotion ciblée pour ces clientèles. Faire mieux connaître nos services DAR/JAR auprès des organismes en dépendance, etc.	Jeunes: outil d'information visant spécialement les jeunes; présentation dans les maisons de Jeune; Anglophones: publicité soutenue dans journaux anglophones et stations radiophoniques; traduction de l'affiche DAR-JAR; lettres et rencontres dans les organismes de l'ouest de l'île et organismes en Immigration; analyse des habitudes media de ces clientèles.	Rejoindre de nouvelles clientèles et augmenter le # d'appels. Élargir l'accès de nos services à des clientèles dans le besoin. Renforcer les liens avec les partenaires.	Clientèles visées en augmentation. Analyse post campagne media. Plus de rencontres et de contacts avec des partenaires et conclusion de partenariats ciblés.
2	Mettre en évidence de nouveaux créneaux en dépendance.	Distinguer le volet cyberdépendance dans les statistiques quant à la nature des appels de JAR. Développer une expertise Faire une vigie pour identifier d'autres créneaux.		Se doter d'une expertise spécialisée pour un besoin de plus en plus grand. Suivre les tendances.	Adoption d'indicateurs de performance actualisés. Des informations pertinentes sont obtenues auprès des partenaires.
3	Développer de nouvelles avenues pour le TéléCounseling.	Analyser la possibilité de développer le TéléCounseling pour le volet aidant et entourage.		Répondre à un besoin de plus en plus important. Obtenir des études et consultations plus approfondies.	

4	Miser sur un outil d'info-référence performant pour répertorier les données (banque de données).	Affecter une ou des ressources au développement et à la mise à jour des données. Mettre à jour sur iCarol la banque de données des ressources spécialisées en dépendance et ressources connexes au Québec.	Mise et a jour et développement de la banque de données en dépendance; Partenariat avec l'AQCID pour un site conjoint DAR/AQCID.	Passer de l'étape listes imprimées à une banque informatisée avec mise à jour. Se doter d'une banque de données informatisée, complète et à jour sur les ressources en dépendance et ressources connexes disponibles dans les régions du Québec.	Une ou des ressources ont comme mandat la mise à jour constante. Données complètement entrées dans le logiciel iCarol et faciles à consulter par les intervenants. Les intervenants ont un outil de référence performant en dépendance pour toutes les régions du Québec.
5	Projeter une image dynamique qui favorise le trafic sur les sites.	Développer une stratégie web (DAR, JAR, TC).	Liste des objectifs web à atteindre pour chacun des services. Développement d'une stratégie de contenu web pour chacun des services. Intégration des mot-clés à suivre sur le logiciel MOZ.	Augmentation du nombre de visites de JAR (3000 sessions/ mois du Québec). Conversion visites en chat. Taux de visibilité de recherche JAR - 30%. Augmentation des backlinks. DAR- Renforcer les partenariats.	Meilleure visibilité. Reconnaissance de la présence sur le web.

5	Projeter une image dynamique qui favorise le trafic sur les sites.	Revoir la conception du site de JAR.	Nouveau site web JAR optimisé pour les moteurs de recherche. Révision des contenus textes et ajouts au besoin.	Répondre à la majorité des bonnes pratiques relatives au référencement. Améliorer le nombre de visites provenant des contenus textes.	Plus de personnes consultent JAR et DAR avec un site plus dynamique et un meilleur référencement.
5	Projeter une image dynamique qui favorise le trafic sur les sites	Développer une section sur le TéléCounseling	Intégrer une section sur le TC dans le nouveau site de JAR	Montrer la pertinence et la qualité du service de TC	
6	Explorer des liens de collaboration avec des chercheurs universitaires .	Obtenir des études et consultations plus approfondies. Partager les connaissances terrain et recherche.	Participer à des projets de recherche avec des chercheurs ou chaires universitaires.	Se donner des objectifs de réussite et des comparables. Se doter d'indicateurs de développement. Se tenir au courant des tendances et pratiques.	Adoption d'indicateurs de performance actualisés. Des informations pertinentes sont obtenues auprès des partenaires.
7	Étendre le rayonnement des lignes spécialisées et du TC à l'extérieur du Québec.	Établir des échanges sur une base régulière avec les autres provinces offrant DAR, JAR et TC.		Faire du benchmarking sur les normes et pratiques. Se tenir au courant des tendances et pratiques.	Des comparables sont obtenus d'organismes d'autres provinces ou états américains.

8	Établir la pertinence du 211 comme service pour les demandes d'aide sociale non urgentes des citoyens.	Ajouter des indicateurs autres le taux de pénétration dans le protocole de la CMM.		Identifier de nouvelles cibles plus axées sur les impacts. Établir conjointement les indicateurs de performance recherchés. Faire suivi auprès du communautaire.	Avoir plus d'infos à chaque appel pour un meilleur suivi. Meilleures mesures de l'ensemble des impacts. Des indicateurs quantitatifs et qualitatifs sont convenus et diffusés au C.A.
9	Être accessible sur toutes les plateformes.	Développer le CHAT et/ou textos pour DAR.	Étudier la possibilité d'offrir le chat avec un site partenaire.	À déterminer.	À déterminer.
9	Être accessible sur toutes les plateformes.	Développer le CHAT et/ou le texto pour JAR.	Module de chat fonctionnel. Documentation sur l'utilisation du chat et texto (protocole et meilleures pratiques).	Joindre plus de 500 personnes par année en 2020-21. Élargir les clientèles. Rejoindre la jeunesse et personnes malentendantes.	Plus de personnes utilisent les services de JAR.
10	Jouer notre rôle d'info-référence dans les situations de catastrophe.	Se préparer pour les divers scénarios de situation d'urgence.	Circonscrire le rôle réalisable du 211; Refaire le plan de mesure d'urgence avec le ROCHMUM.	Mieux prévoir nos interventions.	Équipes mieux préparées et répondent efficacement à plus de demandes.

11	Développer le 211 dans tout le Québec avec le 211 Québec Régions.	<p>Poursuivre les discussions avec le gouvernement du Québec avec Centraide Grand Montréal, Centraide Québec et Chaudière-Appalaches et le 211 Québec Régions.</p> <p>Finaliser une entente avec Centraide, gouvernement du Québec et municipalités, CRGM, Centre d'information Capitale Nationale-Chaudière Appalaches.</p>	<p>Réalisation d'une étude sur les impacts sociaux du 211 sur la complémentarité avec le service 811.</p> <p>Tisser des liens de collaboration avec le réseau de santé et de services sociaux.</p>	<p>Conclusion d'une entente à la satisfaction des partenaires Centraide, MSSS et gouvernements municipaux, la direction du Centre et du C.A.</p>	<p>Une étude est réalisée et confirme l'impact positif et complémentaire du 211.</p> <p>Le MSSS est prêt à recevoir une demande de financement pour un 211 couvrant tout le Québec.</p> <p>Un plan de mise en marche est élaboré et l'échéancier est autorisé.</p>
----	---	--	--	--	--

Orientation stratégique 2 : RENFORCER LES LIENS AVEC LES ORGANISMES COMMUNAUTAIRES ET LES PARTENAIRES					
No	Objectifs stratégiques	Activités prévues (moyens)	Détail des activités	Résultats visés	Indicateurs de résultats
12	Coordonner les relations avec le milieu communautaire.	<p>Se doter d'un plan de match pour le 211 et pour les lignes spécialisées.</p> <p>Coordonner avec les directions les besoins et les priorités.</p> <p>Identifier le mandat du groupe.</p> <p>Coordonner des projets pilotes avec des partenaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> Aînés Itinérance Immigration 	Info-lettre aux organismes couverts par le 211 pour les informer de notre intérêt de les informer sur le 211; plan d'action ciblé en lien avec les priorités territoriales; mise en marche de la brigade regroupant , des employés du 211, formation et assignations précisées; faire une activité portes ouvertes.	Prendre appui sur un plan d'action clair et partagé avec les membres de l'équipe intéressés à faire des rencontres avec les organismes.	<p>Le plan est analysé, approuvé et mis en marche.</p> <p>Une meilleure évaluation des besoins des partenaires.</p> <p>Participation active à des tables de concertation et autres regroupements ou événements pertinents.</p> <p>Promotion du 211, DAR et JAR, TC par les organismes et vice-versa.</p>
13	Nouer des partenariats	<p>Identifier les milieux où le 211, DAR et JAR sont moins connus.</p> <p>Identifier les complémentarités.</p> <p>Créer des liens avec des associations professionnelles, se doter d'un cadre de référence pour le partage de données avec des partenaires.</p>	Rencontrer des partenaires potentiels; accentuer les présentations auprès de organisme communautaires dans le prolongement du plan d'action sur les relations communautaires avec un accent sur la possibilité de partenariats.	<p>Répondre aux attentes des organismes.</p> <p>Avoir de la rétroaction.</p> <p>Faire bien connaître le rôle du 211, DAR, JAR, TC.</p> <p>Mieux faire connaître nos services et mieux se sensibiliser à leurs besoins.</p>	Ententes de partenariats.

Orientation stratégique 3 : ACCROITRE LA NOTORIÉTÉ DU CENTRE DE RÉFÉRENCE DU GRAND MONTRÉAL					
No	Objectifs stratégiques	Activités prévues (moyens)	Détail des activités	Résultats visés	Indicateurs de résultats
14	Renforcer la notoriété du Centre.	<p>Faire un nouveau plan de communication intégrant les médias sociaux.</p> <p>Solliciter une agence de communication pour se faire accompagner PRO BONO.</p> <p>Déterminer le message.</p> <p>Identifier les publics à rejoindre.</p> <p>Choisir les moyens appropriés.</p> <p>Solliciter la contribution de partenaires dans la réflexion sur les communications.</p> <p>Analyser la pertinence d'avoir un porte-parole.</p>	Mettre sur pied un comité communications avec comme mandat de concevoir un plan de communications.	<p>Coordonner les efforts de représentation avec la direction des communications.</p> <p>Être mieux connu de tous les publics cible : communautaire, gouvernemental, grand public, intervenants sociaux.</p> <p>Être plus présent dans les médias.</p> <p>Avoir une stratégie de médias sociaux.</p> <p>Valider les choix stratégiques.</p>	<p>Plan de communication en collaboration avec des spécialistes en communications.</p> <p>Échéancier.</p> <p>Budget établi.</p>
15	Améliorer les communications internes sur les programmes de communications	Communiquer aux autres services des démarches de communications.	Infolettre partageant les activités menées en communication et également sur les autres services.	<p>Services, conseillers et intervenants mieux informés et qui ajustent au besoin, leurs interventions.</p> <p>Développer la fierté et le sentiment d'appartenance.</p>	Équipe mieux informée pouvant bien jouer le rôle de relayeur d'information.

16	Continuer à créer des événements de grande visibilité.	Organiser événements de relations publiques mettant en valeur notre expertise.	Réalisation d'une conférence ou Webinaire dans les champs d'expertise du CRGM.	Réussir un événement réunissant public ciblé pour faire connaître le 211, lignes spécialisées. Faire reconnaître l'expertise du Centre. Étendre le rayonnement.	Événement, conférence, colloque annuel. Plus grande utilisation du 211. Plus grande utilisation des lignes spécialisées. Éclosion de partenariats.
17	Faire valoir notre rôle auprès de partenaires rassembleurs	Présenter nos services spécialisés auprès des fédérations, regroupements, etc.		Augmenter la notoriété; Le 211 est mieux connu. Le 211 est associé à de grands partenaires. Les lignes spécialisées sont mieux connues.	Participation à un ou des événements comme invité, conférencier etc.

Orientation stratégique 4 : RENFORCER LA GOUVERNANCE ET LA GESTION					
No	Objectifs stratégiques	Activités prévues (moyens)	Détail des activités	Résultats visés	Indicateurs de résultats
18	Se doter d'une relève à tous les niveaux de direction.	Développer un nouvel organigramme misant sur une gestion collaborative. Faire les embauches.	Élaboration d'un nouvel organigramme; nomination d'une coordonnatrice au TéléCounseling; Création d'un poste de gestionnaire de contenus Web; recadrage du poste de directions des communications et des relations communautaires; création du poste de responsable du développement des lignes spécialisées.	Donner du soutien aux postes de direction. S'assurer d'avoir une relève potentielle à tous les postes de direction.	Le personnel a été consulté. L'organigramme est en place. La nouvelle approche collaborative a obtenu l'adhésion.
19	Assurer le transfert de connaissances aux postes de direction.	Documenter la tâche Préparer un guide de transition.	Élaboration et complétion des guides de formation pour le 211, les lignes spécialisées et le TC.	Détenir une documentation complète des procédures afin de faciliter l'arrivée d'une relève ou le remplacement. Relève disponible et formée pour les postes clés.	Information pertinente sur chacun des postes est documentée et maintenue à jour.
20	Se doter d'une relève technologique.	Créer un nouveau poste de "Chargé de projets technologiques".	Ajout d'une ressource spécialisée en technologie / informatique.	Partager la charge de travail. Partager les "infos" technologiques.	Une relève pour le directeur 211 et technologies. Une plus grande sécurité dans le partage des informations.

21	Confirmer le mode de vie associative souhaité.	Définir la notion de membre actif. Réfléchir sur les représentants qui pourraient le mieux contribuer aux réalités d'aujourd'hui.		Définition claire à savoir qui peut et devrait être membre actif.	Définition claire de la représentativité souhaitée dans le membership. Adoption des recommandations par le CA.
22	Faire participer le milieu communautaire à la vie associative du CRGM,	Évaluer l'impact et l'intérêt d'inviter des représentants de regroupements communautaires et professionnels à rejoindre le membership.		Rapprocher le milieu communautaire du Centre de Référence du Grand Montréal.	Des groupes représentatifs et intéressés sont approchés avec l'accord du CA. Les règlements généraux sont modifiés. Une plus grande participation du milieu est constatée.
23	Moderniser les règlements généraux.	Réviser les règlements pour les rendre plus conformes aux réalités d'aujourd'hui.		Adopter de nouveaux règlements qui tiennent compte du nouveau membership, de la mise à jour et de la conformité avec le code Morin.	Des nouveaux règlements sont acceptés par le Conseil et entérinés par l'AGA.
24	Bien outiller les membres du Conseil dans leur mandat.	Fournir à tous les membres un "manuel" d'administrateur.	Conception d'une pochette pour les nouveaux membres.	Fournir aux membres les documents pertinents : règlements, Code d'éthique.	Un manuel complet est remis à chaque administrateur.

25	Développer des outils de gestion financière.	Obtenir une formation sur l'application Excel GL. Mettre en place le système Nethris.	Tableau de bord sur l'état du budget; Contrat de travail pour les cadres; implantation de Nethris.	Faire le suivi budgétaire en temps réel. Faciliter la production de la paye et l'importation des données financières.	Outils sont mis en place et utilisés.
26	Préserver et améliorer les conditions et le bien-être au travail.	Bien informer les nouveaux employés des conditions et des activités; donner régulièrement de l'information sur les conditions de travail, les changements.	Aide-mémoire pour les nouveaux employés Questions -réponses? Mettre à jour les conditions de travail Chronique dans l'info-lettre interne; contrat de travail pour tous les cadres.	Information à jour. Meilleur climat de travail Mobilisation des employés.	Meilleur climat de travail; information fluide et à jour en circulation.

Orientation stratégique 5 : AVOIR DES TECHNOLOGIES COOL					
No	Objectifs stratégiques	Activités prévues (moyens)	Détail des activités	Résultats visés	Indicateurs de résultats
27	Planifier la gestion des risques.	Documenter l'ensemble des pratiques et des activités du département des technologies.	Sharepoint de formation sur la technologie. Formation de personnes dans l'équipe.	Avoir une documentation à jour et complète sur les processus technologique.	Les risques informatiques sont diminué. Une relève est identifié.
27	Planifier la gestion des risques.	Faire un plan de gestion des risques technologiques.	Plan de gestion des risque.	Documentation sur les risque et plan de réponse pour chacun des risques.	Les risques sont mieux controlés et clairement identifiés.
27	Planifier la gestion des risques.	Assurer la sécurité des données du TéléCounseling.	Système de gestion de données sécuritaire pour le TC.	L'ensemble de l'équipe du TC suit les protocoles en place.	Meilleure sécurité des données.
28	S'assurer de la performance des outils et systèmes technologiques.	Se doter d'un plan de contingence pour pallier aux lacunes d'iCarol.	Évaluation de l'ensemble des logiciels disponibles en I&R. Création d'un devis pour créer un système de backup ou de remplacement à iCarol. Plan de projet pour trouver le financement nécessaire à la mise en place du nouveau système.	Ne pas être tributaire d'un seul système en cas de bris. Ne pas dépendre d'un logiciel qui démontre des défaillances et des délais pour la remise en marche.	L'équipe a accès a des outils performants. Le système est rapide et accessible à 99,9%.
29	Développer une analyse et des politiques sur l'ensemble des données du Centre.	Développer et mettre à jour une politique de partage de données.	Politique de partage de données.	Établir des partenariats en fonction de critères clairs et définis. Définir une position à l'égard des données ouvertes.	Conclusion de partenariats. Centraide cautionne la politique de partage des données.

29	Développer une analyse et des politiques sur l'ensemble des données du Centre.	Mettre en ligne les statistiques sur les demandes reçues (Power BI).	Module de consultation des données en ligne. Documentation sur l'utilisation de l'outil en ligne.	Mettre en valeur les données. Créer des liens avec des organismes relativement aux données.	Nombre de visites du module. Visibilité accrue et positionnement technologique stratégique.
29	Développer une analyse et des politiques sur l'ensemble des données du Centre.	Assurer la sécurité des données.	Plan de sécurité des données.	Les éléments relatifs à la sécurité des données ont été identifiés. Toutes les mesures de récupération des données ont été mises en place.	Diminution de la vulnérabilité à l'égard des différents jeux de données.
30	Développer une analyse et des politiques sur l'ensemble des données du 211.	Développer plus de contenu web.	Créer et mettre à jour une banque d'environ 60 articles. Rendre les articles plus visibles. Former une ressource sur le développement de contenu web.	Atteindre 80 000 visites par mois. Atteindre un taux de visibilité de 15% (9% au 30 juillet 2019).	Plus de visiteurs sur le site. Plus de temps passé sur le site. Plus de visites converties en appels.
30	Développer une analyse et des politiques sur l'ensemble des données du 211.	Maximiser le potentiel des Google Adwords pour le 211.	Ajout de nouvelles campagnes Adwords en Anglais. Mise à jour de l'ensemble du compte (mots-clés, annonces, extensions). Ajouter des annonces systématiquement pour chaque nouvel article de contenu.	Dépenser au moins 9000\$ / 10 000\$ des dons mensuels Google Adwords. (4 900 \$ au 30 juillet). 4 000 visites de plus mensuellement en provenance des Adwords.	Plus de visiteurs sur le site. Plus de temps passé sur le site. Plus de visites converties en appels.

30	Développer une analyse et des politiques sur l'ensemble des données du 211	Définir de nouvelles stratégies web en partenariat avec les communications	Nouveaux modules sur le site (ex: évènements, emplois, bénévolat, subventions, etc.)	Plus grande qualité du contenu	Plus de visiteurs sur le site Plus de temps passé sur le site Plus de visites converties en appels
Orientation stratégique 6 : DIVERSIFIER ET PERENNISER LE FINANCEMENT					
No	Objectifs stratégiques	Activités prévues (moyens)	Détail des activités	Résultats visés	Indicateurs de résultats
31	Consolider le financement du 211 Grand Montréal	Faire une demande de financement supplémentaire au QADA Faire des demandes complémentaires dans d'autres ministères	Approches au ministère de l'Immigration et Emploi Solidarité Démarches au fédéral	Obtenir du financement pour 2 ans complétant le montage financier du 211 Grand Montréal Profiter de financement lié à de nouveaux programmes gouvernementaux	Obtention du financement du QADA Obtention de financement d'autres programmes gouvernementaux provincial ou fédéral
32	Cibler de nouvelles sources de financement récurrentes et Pérenniser	Explorer les nouveaux programmes gouvernementaux, fondations et institutionnels Renouveler les programmes existants. Mandat confié au comité de financement du CA	Remettre en action le comité financement; se doter d'une stratégie; Faire des approches auprès de partenaires potentiels	Le renouvellement de QADA Le dépôt de demandes de subvention pour de nouveaux projets.	Le renouvellement QADA est accepté. De nouveaux programmes sont identifiés et des demandes sont déposées. Conclusion de partenariats financiers

33	Diversifier les sources de financement	Élargir le financement au secteur privé, fondations et institutionnels. Mandat confié au comité de financement du CA	Rechercher des partenariats; se doter d'une politique de partenariats	Identifier des partenaires privés et philanthropiques.	Une liste d'entreprises à solliciter. Les "parrains" de la démarche sont identifiés. Conclusion de partenariats financiers;
----	--	---	---	--	---