

- Envoyer une infolettre lors des périodes de recrutement à partir du plan marketing (orientation 2)
- Solliciter un membre/partenaire lors d'une communication
- Inciter les administrateurs à proposer des candidatures
- Mettre en place un programme d'intégration des nouveaux administrateurs en lien avec l'objectif 6.5

- Organiser une formation pour les nouveaux administrateurs
- Préparer un document de formation qui pourra être consulté en tout temps

- Basier le plan sur les descriptions de postes
- Estimer le temps de formation
- Planifier un rôle passif dans les postes clés
- Entrée en poste à temps partiel

- Évaluer les besoins
- Faire des appels d'offres
- S'assurer de la compatibilité avec le SIGRH existant

- Réaliser un inventaire des compétences détenues à l'interne
- Planifier un budget de formation (voir si subventions)
- Établir un plan de formation individuel ou collectif
- Préparer un calendrier de formation

- Développer la description selon le poste et les tâches à réaliser
- La communiquer aux ressources humaines et au CA
- Respecter la description dans la mesure du possible
- Embaucher une ou des ressources au besoin

- Le mettre à jour annuellement et le faire adopter par le CA

- Élaborer un plan de commandites
- Identifier un ou des commanditaires
- Identifier les fondations qui pourraient soutenir CS

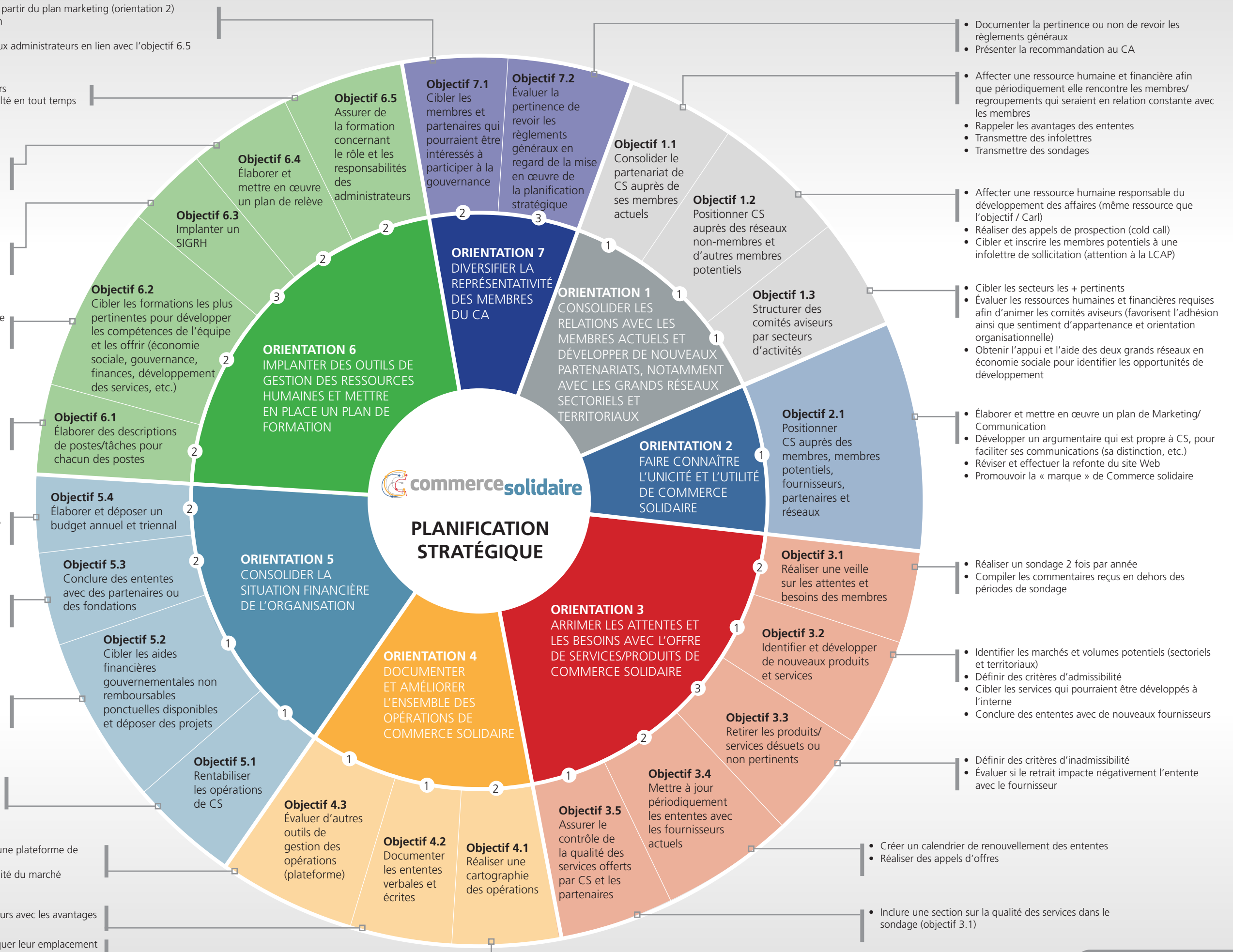
- Identifier les projets permettant d'augmenter le volume d'affaires
- Demander la participation financière ou humaine des deux grands réseaux en économie sociale

- Identifier de nouvelles opportunités de financement et de partenariat
- Accroître le volume d'affaires par la réalisation de l'orientation 1

- Évaluer la pertinence d'obtenir d'autres soumissions pour une plateforme de gestion similaire
- Valider si le coût de la licence annuelle correspond à la réalité du marché
- Présenter les résultats au CA

- Élaborer une liste des ententes verbales et écrites par secteurs avec les avantages

- Lister tous les documents essentiels aux opérations et indiquer leur emplacement
- Déterminer les « nœuds » et les dénouer



- Documenter la pertinence ou non de revoir les règlements généraux
- Présenter la recommandation au CA

- Affecter une ressource humaine et financière afin que périodiquement elle rencontre les membres/regroupements qui seraient en relation constante avec les membres
- Rappeler les avantages des ententes
- Transmettre des infolettres
- Transmettre des sondages

- Affecter une ressource humaine responsable du développement des affaires (même ressource que l'objectif / Carl)
- Réaliser des appels de prospection (cold call)
- Cibler et inscrire les membres potentiels à une infolettre de sollicitation (attention à la LCAP)

- Cibler les secteurs les + pertinents
- Évaluer les ressources humaines et financières requises afin d'animer les comités aviseurs (favorisent l'adhésion ainsi que sentiment d'appartenance et orientation organisationnelle)
- Obtenir l'appui et l'aide des deux grands réseaux en économie sociale pour identifier les opportunités de développement

- Élaborer et mettre en œuvre un plan de Marketing/Communication
- Développer un argumentaire qui est propre à CS, pour faciliter ses communications (sa distinction, etc.)
- Réviser et effectuer la refonte du site Web
- Promouvoir la « marque » de Commerce solidaire

- Réaliser un sondage 2 fois par année
- Compiler les commentaires reçus en dehors des périodes de sondage

- Identifier les marchés et volumes potentiels (sectoriels et territoriaux)
- Définir des critères d'admissibilité
- Cibler les services qui pourraient être développés à l'interne
- Conclure des ententes avec de nouveaux fournisseurs

- Définir des critères d'inadmissibilité
- Évaluer si le retrait impacte négativement l'entente avec le fournisseur

- Créer un calendrier de renouvellement des ententes
- Réaliser des appels d'offres

- Inclure une section sur la qualité des services dans le sondage (objectif 3.1)