

CAP SUR LA MODERNISATION!

Plan stratégique 2022-2025



Mission

Le CRFMV est un organisme à but non lucratif, gouverné par les familles militaires, qui offre une gamme de services sociaux novateurs, tout en étant complice du bien-être des familles, des militaires et des vétérans de l’est du Québec, à travers les défis uniques et évolutifs de leur réalité.



Vision

Être reconnu au sein de la société comme le centre de ressources de référence de l’est du Québec pour la communauté militaire et leurs familles.



Valeurs

Bienveillance | Transparence | Autonomie | Innovation | Équité



Compétence de base

Aide et entraide pour le bien-être des familles, des militaires et des vétérans.



Domaine de valeur

L’intimité client : Connaissance intime des familles / militaires et de leurs besoins.



Proposition de valeur

Le CRFMV offre une réponse humaine personnalisée aux enjeux et défis de la communauté militaire.



Responsabilité sociétale

Être un partenaire engagé dans un système de recyclage et de récupération.

PRIORITÉS STRATÉGIQUES	OBJECTIFS STRATÉGIQUES	INDICATEURS DE SUCCÈS	CIBLE(S)		
			2022-23	2023-24	2024-25
Axe 1 - PÉRENNITÉ FINANCIÈRE					
- Trouver de nouvelles sources de revenus - Assurer la santé financière, en optimisant les revenus garantis et en maintenant un fonds d'urgence de 3 à 6 mois	- Augmenter les revenus récurrents de 1 M\$/3 ans	- Valeur (\$) des revenus récurrents	3,4 M\$	3,8 M\$	4,4 M\$
	- Analyser mensuellement et annuellement les informations financières pour agir proactivement	- Ratio de liquidité	≥ 1	≥1	≥1
	- Augmenter, progressivement, la valeur du fond d'urgence, jusqu'à l'équivalent de 6 mois de frais fixes	- Valeur (\$) du fonds d'urgence : équivalent de 3 mois de frais fixes la 1^{re} année, 4,5 mois la 2^e année et 6 mois la 3^e année	1,4 M\$	2,1 M\$	2,8 M\$
Axe 2 - CLIENTÈLE ÉLARGIE					
- Rejoindre les différents segments de clientèle, incluant la réserve, sur tout le territoire - Colliger des informations sur les principaux segments de clientèle, hors Valcartier notamment	- Augmenter l'utilisation des services par les clientèles hors Valcartier, incluant les familles de réservistes	- Nombre de services rendus pour des clients hors Valcartier	20	30	40
	- Avoir un portrait clair des segments de clientèle à desservir	- Avoir un portrait clair de tous les segments de clientèle du CRFMV, incluant une liste des caractéristiques qui les définissent bien	d'ici le 31 déc. 2022	✓	✓
Axe 3 - CONSOLIDATION ET MODERNISATION DES SERVICES					
- Redéfinir l'offre de service en fonction des ressources disponibles, des priorités stratégiques et des segments de clientèle - Modernisation des services en fonction des priorités et des « cadres » prescrits par les principaux bailleurs de fonds	- Clarifier et moderniser l'offre de services : près de Valcartier et hors Valcartier	- Pourcentage de services clarifiés et ajustés	Définir la matrice	50 % du total	100 %
	- Développer l'offre de service de manière à maximiser l'obtention des financements accessibles pour la clientèle du CRFMV	- Pourcentage de la valeur (\$) des demandes de financement obtenues par rapport à celles déposées	76 %	85 %	95 %
Axe 4 - STRATÉGIE COMMUNICATION MARKETING					
- Communication en continu avec tous les types d'auditoires clés - Diversification et innovation dans les modes de communication	- Faire connaître les services auprès de tous les segments de clientèle cible et sur tout le territoire octroyé au CRFMV	- Taux de notoriété, par segment de clientèle cible	bâtir outils d'ici avril 2023	80 %	90 %
	- Varier et innover dans les modes de communication	- Taux de visibilité des canaux de communication	bâtir outils d'ici avril 2023	80 %	90 %
Axe 5 - MOBILISATION DU PERSONNEL					
- Modernisation de la culture organisationnelle afin d'obtenir une ambiance positive au travail - Transfert des connaissances et développement des employés	- Maintenir la mobilisation du personnel	- Taux de mobilisation (mesuré par sondage)	évaluer outils de collecte / calcul	85 %	85 %
	- Développer un plan de progression pour les employés	- Nb de plan de développement structurés qui sont déployés ou en cours de conception (depuis moins de 3 mois)	5	10	15
Axe 6 - ARRIMAGE CRFMV – FONDATION					
- Clarification des rôles, responsabilités et obligations de la Fondation envers le CRFMV - Encadrement des tâches sous-traitées au CRFMV, par la Fondation, pour les levées de fonds, les fonctions administratives et le droit d'utilisation du nom du CRFMV	- Avoir un nouveau protocole d'entente avec la Fondation	- Entente signée	d'ici le 31 déc. 2022	✓	✓
	- Clarifier la relation d'Affaires entre le CRFMV et la Fondation	- Entente signée	d'ici le 31 déc. 2022	✓	✓
Axe 7 - EFFICIENCE ADMINISTRATIVE ET OPÉRATIONNELLE					
- Allègement des tâches administratives liées à la reddition de compte - Sélectionner une série d'indicateurs qui répondront aux besoins de gestion et de gouvernance du CRFMV, en plus de servir la reddition de compte auprès des bailleurs de fonds	- Maximiser le temps de service client des intervenants terrain	- « Temps de service client vs temps de travail total » des intervenants terrain, pour chacun des secteurs	évaluer outils de collecte / calcul	+ 5 %	+ 10 %
	- Mesurer et communiquer les résultats des interventions du CRFMV	- Tableau sommaire des éléments d'impacts des interventions communiqués	d'ici le 31 déc. 2022	✓	✓