

Objectifs de l'année 2017 de la planification stratégique 2015-2020

Axe Communication

Année	Objectifs	Statut
2017	Maintenir les relations avec les hauts fonctionnaires et les élus de la ville de Montréal	reporté
2017	Accueillir les CUC (mixtes) Déterminer l'année de report	
2017	Mener une campagne d'éducation sur l'esprit du jeu (junior/adulte/récréatif/compétitif) pour les membres. Identifier le besoin et une priorisation de l'auditoire	reporté
2017	Mener une campagne d'éducation sur l'esprit du jeu pour les non-membres	
2017	Évaluer la possibilité d'accueillir un championnat de catégorie mondiale	reporté
2017	Identifier des items pour la vente (profitable) et la promotion de l'AUM	
2017	Obtenir 7 500\$ en fonds d'investissement (commandites, etc.)	reporté
2017	Revoir le plan de communication et le mettre à jour	
2017	Etre présent sur un comité d'influence (ultimate) au niveau provincial ou national	complété
2017	Etre présent sur un comité d'influence connexe à l'AUM (CSMC, SLIM, etc.)	
2017	Mise à jour de l'image du site internet	en cours
2017	Veille sur la présence sur les réseaux sociaux (nouveaux)	
2017	Évaluer les meilleurs moyens d'atteindre les non-membres selon le plan de communications	en cours
2017	Appuie d'une cause en lien avec les valeurs de l'AUM	
2017	Définir le profil que nous voulons avoir pour chacun de nos membres (reporté de 2015)	en cours
2017	Avoir l'infrastructure pour recueillir les données des membres (reporté de 2015) (en lien avec le site internet)	
2017	Mise en place d'accès à l'information de la base de donnée (reporté de 2015) (en lien avec le site internet)	en cours
2017	Définir l'image de marque de l'AUM (reporté de 2015)	
2017	Élaborer un plan de communication détaillé (reporté de 2015)	en cours
2017	Définir les paramètres pour évaluer l'efficacité des communications (reporté de 2015)	
2017	Mise à jour de l'image du site internet (reporté de 2015)	en cours
2017	Recueillir les données et améliorer les profils des membres actuels et futurs (reporté de 2016)	
2017	Création des rapports afin de pouvoir segmenter les membres en fonction des critères établies (reporté de 2016)	en cours
2017	Évaluation de la valeur d'une présence (logo, commanditaire) sur le site de l'AUM ou d'un post par l'AUM pour un partenaire (reporté de 2016)	
2017	Faire une campagne de publicité sur ce qu'est l'ultimate (reporté de 2016)	en cours
2017	Revoir nos communications hebdomadaire et notre approche pour s'assurer d'être en ligne avec la nouvelle image	
2017	Énumérations des différentes opportunités de communication (événements, activités) et de maximiser les messages transmis.	en cours
2017	Voir comment on peut capitaliser sur les activités actuels Ligues	
2018	Faire une formation sur l'esprit du jeu par saison pour les intervenants de l'AUM	en cours
2018	Obtenir 10 000\$ en fonds d'investissement (subventions, commandites, etc.)	
2018	Les profils des membres sont tenus à jour facilement par ceux-ci	en cours
2018	Création d'une carte de système d'information géographique (SIG)	
2018	Revoir le plan de communication et le mettre à jour	en cours
2018	Organiser un événement médiatique avec invitation aux élus	
2018	Etre présent sur un comité d'influence (ultimate) au niveau provincial et national	en cours
2018	Etre présent sur deux comités d'influence connexe à l'AUM (CSMC, SLIM, etc.)	
2018	Veille sur la présence sur les réseaux sociaux (nouveaux)	en cours
2018	Émettre 8 communiqués dans l'année qui mettent l'ultimate en valeur	
2018	Modifier: Évaluer les meilleurs moyens d'atteindre les non-membres selon le plan de communications	en cours
2018	Appuie d'une cause en lien avec les valeurs de l'AUM	
2019	Faire une formation sur l'esprit du jeu par saison pour les intervenants de l'AUM	en cours
2019	Obtenir 15 000 \$ en fonds d'investissement (subventions, commandites, etc.)	
2019	Les profils des membres sont tenus à jour facilement par ceux-ci	en cours
2019	Revoir le plan de communication et le mettre à jour	
2019	Organiser un événement médiatique avec invitation aux élus	en cours
2019	Etre présent sur un comité d'influence (ultimate) au niveau provincial et national	
2019	Etre présent sur 2 comités d'influence connexe à l'AUM (CSMC, SLIM, etc.)	en cours
2019	Mise à jour de l'image du site internet	
2019	Veille sur la présence sur les réseaux sociaux (nouveaux)	en cours
2019	Évaluer les meilleurs moyens d'atteindre les non-membres selon le plan de communications	
2019	Appuie d'une cause en lien avec les valeurs de l'AUM	en cours

Mise à jour 2017-06-01