

Plan Stratégique - Chambre de Commerce de Cap-Acadie

VISION: La prospérité économique et sociale de tous!

MISSION: Stimuler un réseau unifié de membres dynamiques et diversifiés en leur offrant les occasions de se doter d'outils nécessaires à leur succès!

VALEURS FONDAMENTALES: 1. Coopération. 2. Créativité 3. Diversité. 4. Durabilité 5. Équité 6. Fraîcheur

PLAN STRATÉGIQUE			
PILIER STRATÉGIQUES	PRIORITÉS	INITIATIVES	RATIONNELLE
1. Réseautage et formation	1.1 Séries de réseautage '5 à 7'	1.1.1 Création d'une série de rencontres de réseautage afin de faire mieux connaître l'ensemble des diverses entreprises de la communauté (ces rencontres auraient lieu idéalement en soirée sur le site des différentes entreprises qui seraient prêtes à accueillir les membres et futurs membres).	La prospérité économique et sociale de tous à Cap-Pelé et Beaubassin est passe inévitablement par des secteurs d'affaires et communautaires solides où les employeurs et les organismes s'unissent et s'entraident afin de bâtir une communauté où les gens veulent venir y habiter, travailler, élever une famille et avoir du plaisir. Dans le cadre de cette vision, la Chambre de commerce se donne comme priorité le devoir de créer un sentiment d'appartenance et de fierté au sein des gens d'affaires et de développement communautaire dans la communauté en mettant l'emphase sur le réseautage et la formation de ses membres.
	1.2 Séries de sessions 'éducatives'	1.2.1 Création d'une série de sessions éducatives ouvertes en présentiel et-ou virtuellement en format webinar sur Zoom, Teams ou autres plateformes et axées sur les besoins de nos membres (les thèmes des différentes sessions éducatives offertes seraient déterminés par nos membres).	
	1.3 Programme de mentorat	1.3.1 Création d'un programme de mentorat où les plus anciens membres de la Chambre (gens d'affaires bien établis dans la région) prennent sous leurs ailes un(e) nouvel(le) entrepreneur(e) ou leader du développement communautaire, membre de la Chambre, afin de les aider avec leur entreprise ou organisme et à s'intégrer dans la communauté.	
	1.4 Liste des membres de la Chambre	1.4.1 Créer, maintenir et publier la liste de tous les membres de la Chambre afin de créer un réseau d'appui et un sentiment d'appartenance.	
2. Marketing et promotion	2.1 Promotion de nos membres et de leurs produits sur la scène locale	2.1.1 Passeport Sud-Acadie : mettre en place et exécuter le programme d'achat local administré par divers bailleurs de fonds	L'appui à nos entreprises et à nos organismes locaux (membres de la Chambre et non-membres) doit provenir d'abord et avant tout des pairs et citoyen(ne)s de notre propre communauté. C'est beaucoup plus facile et efficace de convaincre toutes autres personnes de consommer les produits et les services des entreprises et organismes de notre communauté lorsque nous sommes nous-mêmes des consommateurs de ces produits et services. En d'autres mots, si on ne s'entraide pas nous-mêmes, personne ne le fera pour nous. Ensuite, un ingrédient clé de la recette du succès est de s'assurer que les produits et les services de nos membres (et non-membres) sont également bien connus de tous à l'extérieur de la communauté. Enfin, il est primordial de bien vendre les atouts de notre communauté aux investisseurs, travailleurs, visiteurs et résidents potentiels (présentement situés hors de la région).
		2.1.2 Créer les outils stratégiques et nécessaires à bien promouvoir l'ensemble de nos produits, services et attractions à nos propres membres.	
		2.1.3 Créer une 'chat room' réservée aux membres afin de promouvoir entre eux leurs produits, services, événements, bonnes nouvelles, 'best practices', etc. dans le but d'être bien informé et ainsi de créer un sentiment d'appartenance.	
	2.2 Promotion stratégique des produits, services et attractions de notre région	2.2.1 Faire l'inventaire des produits, services et attractions clés de notre communauté. 2.2.2 Faire la promotion stratégiques (outils clés et marchés cibles) de ces produits, services et attractions dans le but d'attirer des investisseurs, travailleurs, visiteurs et résidents potentiels dans notre région.	
2.3 Création d'un 'guichet unique' (One-stop-shop)	2.3.1 Créer une trousse d'informations pertinentes (profil socio-économique de la région) pour bien vendre la communauté aux investisseurs potentiels (et bien équiper nos membres à promouvoir efficacement notre communauté à des clients potentiels, employés potentiels, partenaires d'affaires potentiels ou même résidents potentiels).		
2.4 Exercice de (re)branding	2.4.1 Création d'une nouvelle image de marque: nouveau logo, nouveau slogan, nouvelles couleurs (si nécessaires) compatibles avec la nouvelle vision, la nouvelle mission et les nouvelles valeurs corporatives de la Chambre (incluant également les piliers stratégiques et les initiatives clés du plan stratégique).		
3. Imputabilité opérationnelle	3.1 Stabilité financière à long terme	3.1.1 Bien définir les avantages et bénéfices (notre 'value proposition') d'être un membre actif de la Chambre de commerce.	L'exécution de la mission de la Chambre et de ses objectifs ambitieux ne peut se faire avec succès sans les ressources humaines et financières nécessaires.
		3.1.2 Créer une trousse d'information pour les futurs membres de la Chambre afin d'être en mesure de bien communiquer et présenter ces avantages et bénéfices (notre 'value proposition') de faire partie de la grande famille de la Chambre de commerce (cette trousse d'information serait aussi distribuée aux membres actuels de la Chambre comme outil stratégique promotionnel afin d'attirer d'autres clients, employés, partenaires d'affaires ou résidents potentiels).	
		3.1.3 Améliorer constamment nos avantages et bénéfices (notre 'value proposition') en tissant des partenariats stratégiques avec nos entreprises et nos organismes régionaux.	
		3.1.4 Bien définir et présenter comment les membres peuvent contribuer au succès de la Chambre (et à l'appui des autres membres)	
	3.2 Ressources humaines	3.2.1 Aller chercher l'appui financier nécessaire afin d'embaucher un ou des employés à temps plein.	