

# PLAN DE COMMUNICATION DE L'APLNB/ABPNB

---

## Général

L'élaboration d'un plan de communication pour l'Association a été reconnue comme une action essentielle pour la réalisation du Plan stratégique de l'ABPNB 2009-2012. Un groupe de travail de quatre a élaboré une proposition à examiner lors de l'AGA 2010. L'importance d'identifier les opportunités de communication et de planifier du contenu stratégique pour des communications efficaces ne peut pas être sous-estimée. Le tableau suivant décrit la façon dont le plan de communication sera mis en œuvre repose sur les deux énoncés clés qui ont été déterminés comme essentiels pour le développement et la croissance de l'Association.

Il a été recommandé que pour la première année de la mise en œuvre de ce plan (2009-2010), l'Association va concentrer ses efforts sur l'accroissement de ses membres et la visibilité interne (bibliothécaires professionnels membres / non-membres) - partie 1 de l'Énoncé # 1.

## Énoncé n ° 1 : *Augmenter la visibilité interne et externe de l'Association*

### Messages clés :

Organiser des activités de développement professionnel; Favoriser des liens plus étroits parmi nos membres; Guider les nouveaux bibliothécaires; Établir des partenariats avec les organismes de bibliothèques

<b>Attitudes actuelles</b>	<p>C'est la conviction du comité que l'Association a besoin d'augmenter sa visibilité envers tous les bibliothécaires professionnels.</p> <p>Créer un sondage général en vue d'identifier les attitudes actuelles tenues par les bibliothécaires professionnels et de fournir des données de référence.</p>
<b>Stratégie</b>	<p>Diriger la communication vers les nouveaux membres et bibliothécaires.</p> <p>Établir des contacts avec d'autres associations.</p> <p>Participer à des événements provinciaux et professionnels.</p>

## PLAN DE COMMUNICATION DE L'APLNB/ABPNB

<p><b>Actions stratégiques</b></p>	<p>Président(e) =&gt; envoyer une lettre aux nouveaux membres et bibliothécaires.</p> <p>Impliquer les membres de l'association sur différents comités.</p> <p>Créer une liste de membres qui peuvent siéger à des comités au sein des <u>organisations de bibliothèques</u> et reconnaître leur rôle dans l'augmentation de la visibilité externe de l'organisation.</p> <p>Créer une lettre de présentation à être envoyée à d'autres associations.</p> <p>Assurez que les organisations sont mises à jour annuellement dans le répertoire des membres.</p> <p>Discuter le rôle des documents d'archives à accroître la visibilité de l'organisation.</p> <p>Identifier les événements professionnels dans lesquels l'ABPNB devrait essayer de participer (<i>i.e. Festival Fry, etc.</i>).</p> <p>Suggérer des événements pertinents aux membres (<i>suggestions de Biblionet; trouver façons plus rapide / plus facile de communiquer =&gt; médias sociaux</i>).</p> <p>NB: en raison de notre taille et du manque de fonds, il pourrait être difficile de participer à un nombre suffisant d'événements.</p>
<p><b>Public cible(s)</b> <b>Phase 1: la visibilité interne</b></p>	<p>Membres / non-membres professionnels</p>
<p><b>Public cible(s)</b> <b>Phase 1: la visibilité externe</b></p>	<p>Organisations connexes (éducation / littératie) Autres associations professionnelles (APLA) Médias Gouvernement Public général – groupes spécifiques ajoutés à mesure qu'ils seront identifiés</p>

## PLAN DE COMMUNICATION DE L'APLNB/ABPNB

<b>Moyens de communication</b>	Site Web Courriel (communication interne) Bulletin de nouvelles Médias sociaux : Facebook, Twitter, blogs Lettres ouvertes aux journaux Affiches Listes de discussion professionnelle
<b>Porte-parole</b>	Président(e) Autres contacts (à être listés plus tard)
<b>Calendrier</b>	En cours
<b>Outils</b>	<b>Nouveaux membres</b> Contact personnel Organiser des événements dans les différentes régions de la province Envoyer une lettre de bienvenue et le formulaire d'adhésion à de nouveaux collègues Demandez aux membres d'envoyer le noms des nouveaux collègues dans leur lieu de travail Envoyer des dépliants à propos des conférences  <b>Contacts avec d'autres associations</b> Envoyer un message d'introduction aux associations Envoyer une invitation personnelle du président de l'APLNB/ABPNB aux présidents des autres associations afin d'établir des relations personnelles  <b>Participer à des événements provinciaux et professionnels</b> Organiser une réception à l'APLA Identifier des évènements auxquels assister et promouvoir l'organisation

## PLAN DE COMMUNICATION DE L'APLNB/ABPNB

---

<b>Chronologie</b>	<p>Présenter une ébauche du plan de communication au bureau de direction à la réunion du 10 avril - √ <i>fait</i></p> <p>Organisez une réunion avec Jason Humphrey pour discuter de l'ébauche avant de compléter le document final - √ <i>fait</i></p> <p>Le bureau de direction nouvellement élu (2010-2011) va initier les actions nécessaires afin de réaliser les recommandations.</p>
<b>Distribution</b>	<p>Envoyer des informations aux membres via la liste de courrier électronique / dans Biblionet / sur le site Web.</p> <p>Fournir l'information lors de l'AGA.</p>
<b>Coût</b>	<p>Définir des priorités.</p> <p>Mettre de côté des ressources pour les communications d'urgence.</p>
<b>Évaluation</b>	<p>Comparer le nombre de membres avec les années précédentes.</p> <p>Effectuer un deuxième sondage dans 2 ans.</p>

## PLAN DE COMMUNICATION DE L'APLNB/ABPNB

---

### **Énoncé n ° 2 : Être mieux impliqués dans la prise de décision (i.e. les politiciens, les médias, les intervenants communautaires)**

#### **Messages clés :**

Rendre l'organisation plus connue aux décideurs provinciaux; Faire du lobbying au nom de la profession

<b>Attitudes actuelles</b>	C'est la conviction du comité que l'Association est invisible aux yeux des partis identifiés (i.e. les politiciens, les médias, etc.).
<b>Stratégie</b>	Identifier les décideurs.  Identifier la personne à influencer et l'outil pour atteindre cette personne.  Offrir un perfectionnement professionnel à nos membres sur le lobbying et la façon d'identifier les lobbyistes clés.
<b>Actions stratégiques</b>	Jumeler les décideurs aux questions.  Développer du matériel d'introduction générale pour introduire l'Association aux décideurs.  Identifier les faiseurs d'opinion, si l'Association espère influencer l'opinion publique.  Utiliser la liste des thèmes de la conférence dans le répertoire pour identifier quelqu'un qui a de l'expérience en matière de lobbying.  Être conscient qu'il pourrait y avoir la concurrence de la part d'autres organisations qui essaient également d'atteindre les décideurs.

## PLAN DE COMMUNICATION DE L'APLNB/ABPNB

<b>Public cible</b>	Décideurs gouvernementaux, tant au niveau provincial que municipal Médias Public
<b>Moyens de communication</b>	Contact personnel avec les médias – rencontrer les rédacteurs en chef à l'avance, afin qu'ils sachent à qui s'adresser s'il y a des questions reliées aux bibliothèques posées par le public.  Lobbying avec les décideurs.
<b>Porte-parole</b>	Président(e) Autre(s) contact(s) sera(ont) indiqué(s) plus tard
<b>Calendrier</b>	En cours
<b>Outils</b>	Créer une base de données des contacts et d'autres renseignements potentiellement utiles.  Considérer les questions suivantes pour l'inclusion :  a) liste des expertises des membres qui utilisent l'information du répertoire  b) liste des documents sur une question  c) liste des directeurs régionaux, des politiciens, des contacts médias et contacts d'associations  Sondage auprès des membres afin de déterminer s'il ya des besoins particuliers à traiter.
<b>Chronologie</b>	À développer plus tard, mais toujours chercher des occasions d'exprimer notre opinion.

## PLAN DE COMMUNICATION DE L'APLNB/ABPNB

---

<b>Distribution</b>	Envoyer l'information aux ministères responsables des diverses bibliothèques. Créer des documents informationnels listant l'information des contacts. Fournir de l'information durant les événements communautaires variés.
<b>Coût</b>	Définir des priorités. Mettre de côté des ressources pour les communications d'urgence
<b>Évaluation</b>	Comparer le nombre de fois où les décideurs ont été contactés avec les questions traitées.