CDCB
CORPORATION DE DÉVELOPPEMENT COMMUNAUTAIRE DE BEAUPORT
Forte de sa communauté depuis 1989

Services et soutien aux membres

Résultats de la consultation

NOVEMBRE 2021

RÉALISÉ PAR :
AMANDA ROY
FLORENCE LEMIRE-DAIGLE

Table des matières

Table des matières **2**
Mot du directeur **4**
Mise en contexte **5**
Objectifs **5**
Méthodologie **6**
Volet 1 : Corporations de développement communautaire **8**
Instrument de mesure 8
Collecte de données 9
Analyse des résultats 9
1. Avantages d'être membre d'une CDC 9
2. Cotisation 9
3. Service de bureautique et d'édition 10
4. Soutien professionnel 10
5. Formations 11
6. Assemblée générale annuelle 12
7. Prêts de matériel / location de salles et équipement 13
8. Faciliter l'accès à des produits et des services 13
9. Communication et réseautage 14
10. Autres services 15
11. Les services qui connaissent le plus grand succès auprès des membres 15
12. Offre de nouveaux services selon les besoins émergents 16
13. Services offerts si budget illimité 17
14. Contact avec les membres 18
Volet 2 : Organismes membres de la Corporation de développement communautaire de Beauport **19**
Instrument de mesure 19
Collecte de données 19
Analyse des résultats 20
1. Catégorie de membres 20
2. Financement des organismes 21
3. Motivations à être membre de la Corporation de développement communautaire de Beauport 21
4. Cotisation annuelle 22

5. Niveau de satisfaction 23
6. Niveau d'intérêt 27
7. Principaux besoins des membres 32
Recommandations 34
1. Formations 34
2. Boîte à outils 35
3. Consultation en gestion des ressources humaines 36
4. Consultation en gestion des réseaux sociaux 37
5. Aide à l'élaboration d'un plan de communication 37
6. Groupe d'achats / mutualisation des services 38
7. Courriels de la CDCB 39
8. Déjeuners Intercom (Inter Zoom) 39
9. Bottin électronique des organismes 40
10. Système CRM (Customer Relationship Management) 41
Conclusion 42
Remerciements 43
Annexes 44
Questionnaire administré aux Corporations de développement communautaire 45
Questionnaire administré aux organismes membres de la CDCB 52

Mot du directeur

En mai dernier, la Corporation de développement communautaire de Beauport démarrait un chantier de travail portant sur l'actualisation des services à ses membres. Malgré les contraintes de la COVID-19, nous avons cru bon de consulter nos membres afin de mieux nous positionner pour l'après COVID. Pour ce faire, nous avons fait l'embauche de Florence Lemire-Daigle, étudiante au baccalauréat en sciences de la consommation à l'Université Laval. Florence fut accompagnée et encadrée par Amanda Roy, agente aux communications de la CDCB.

L'exercice ambitieux fut réalisé en quatre temps différents :

1. Consultation des autres Corporations de développement communautaire au Québec. Nous faisons partie d'un beau réseau de plus de 65 CDC au Québec. Dans un premier temps, nous allons les consulter afin de voir leur offre de services. Le but est de connaitre quelles sont les tendances ainsi que les services innovants.
2. Consultation des membres de la CDC de Beauport. Nous voulons connaitre leur taux de satisfaction des services déjà en place ainsi que comment les améliorer. De plus, nous voulons savoir quels autres services ils aimeraient avoir.
3. Compilation des données tant des CDC du Québec que des membres de la CDC de Beauport.
4. Recommandations qui seront présentées au conseil d'administration pour prise de position.

C'est donc avec beaucoup d'enthousiasme que nous vous présentons ce rapport.

Nous tenons à remercier tant les directions de CDC que nos membres qui ont bien voulu participer à cet exercice. Bravo à Florence et Amanda pour leur excellent travail !

Bonne lecture.

Jacques Bellemare

Mise en contexte

Les organismes communautaires jouent un rôle essentiel dans la société d'aujourd'hui. Bien qu'ils s'adressent à l'ensemble de la population, ils interviennent plus particulièrement auprès de personnes en situation d'isolement ou de vulnérabilité afin de répondre à leurs besoins de base. L'apparition de la pandémie de COVID-19 en mars 2020 a ajouté une pression supplémentaire sur le milieu communautaire, qui a dû s'adapter rapidement aux nombreux changements qui sont survenus au cours de la dernière année. Pour ce faire, plusieurs ont adopté de nouvelles stratégies afin de pouvoir répondre à une demande grandissante de la part de citoyens qui faisaient face, eux aussi, à une nouvelle réalité et à de nouveaux défis.

À la suite des modifications importantes dans les pratiques de travail des organismes communautaires, la Corporation de développement communautaire de Beauport [CDCB], soucieuse de demeurer en phase avec les besoins et les attentes de ses membres, a entrepris une démarche d'évaluation afin de mesurer leur niveau de satisfaction à l'égard de ses services, en plus de récolter leurs opinions sur certaines améliorations qui pourraient potentiellement être apportées.

Objectifs

L'objectif principal de cette recherche est de déterminer les besoins des organismes membres en termes de soutien et de services afin de pouvoir émettre des recommandations au conseil d'administration de la CDC de Beauport.

Les sous-objectifs de cette recherche sont :

- Connaître l'éventail des services aux membres des autres Corporations de développement communautaire [CDC] de la province;
- Évaluer la satisfaction des organismes membres à l'égard des services offerts actuellement par la CDC de Beauport;
- Connaître le niveau d'intérêt des organismes quant à la possibilité de modifier les services existants ou d'instaurer de nouveaux services;

- Formuler des recommandations en fonction des données collectées (niveau de satisfaction, niveau d'intérêt et besoins);
- Revoir l'ensemble de l'offre de services aux membres.

Méthodologie

La collecte de données a été effectuée en deux étapes :
La première étape consistait à réaliser une collecte de données (sondage) auprès de l'ensemble des CDC de la province concernant les services qu'elles offrent à leurs membres. La seconde étape consistait à effectuer une deuxième collecte de données (sondage), cette fois-ci auprès des organismes membres de la CDC de Beauport, afin de connaître leurs besoins en termes de soutien et de services.

Première étape : Sondage auprès des CDC de la province

	Population visée	La direction de chaque Corporation de développement communautaire de la province.
	Échantillonnage	L'étude visait les 65 CDC de la province. Au total, 47 CDC ont participé (72,3 %).
	Instrument de mesure	Le sondage a été réalisé à l'aide de *Google Forms*.
	Collecte	Sondage réalisé par téléphone ou en ligne du 12 mai au 31 mai 2021.
	Limite	Contrainte de temps.

Deuxième étape : Sondage auprès des organismes membres de la CDC de Beauport

	Population visée	La direction de chaque organisme membre de la CDC de Beauport.
	Échantillonnage	L'étude visait les 34 organismes membres. Au total, 27 y ont pris part (79,4 %).
	Instrument de mesure	Le sondage a été réalisé à l'aide de *Google Forms*.
	Collecte	Sondage réalisé par téléphone ou en ligne du 1er juin au 25 juin 2021.
	Limite	Contrainte de temps.

Volet 1 : Corporations de développement communautaire

Une corporation de développement communautaire [CDC] est un regroupement d'organismes communautaires dans un territoire défini. Actuellement, la province de Québec compte 67 CDC (octobre 2021) dont la mission est d'assurer la participation active du mouvement communautaire au développement socioéconomique de son milieu. Toutes ces CDC font partie d'un réseau nommé la Table nationale des Corporations de développement communautaire [TNCDC]. La TNCDC a pour mission de regrouper les CDC du Québec et de les soutenir dans leurs objectifs. De plus, elle promeut la place incontournable qu'occupe le mouvement communautaire autonome dans le développement local, et ce, dans une perspective de justice sociale ainsi que de développement global et durable de notre société (TNCDC, 2019). En devenant membre d'une CDC, les organismes communautaires se donnent un outil de développement, en plus de favoriser la reconnaissance du mouvement communautaire à l'échelle du territoire (TNCDC, 2019; Rapport annuel CDCB, 2020).

Instrument de mesure

Le but de sonder les autres CDC de la province était d'avoir une meilleure vue d'ensemble des différentes possibilités de services et de soutien qu'il est possible d'offrir aux organismes membres d'une CDC. Pour ce faire, il était essentiel de connaître ce que les autres CDC offrent à leurs membres, ce qu'elles considèrent comme des avantages d'être membre d'une CDC, ce qu'elles perçoivent comme de nouveaux besoins de la part des organismes membres, etc. Ainsi, un questionnaire a été développé afin de recueillir des informations permettant de répondre à ces différentes questions. Le questionnaire était divisé en trois sections et comportait 12 questions à choix multiples et 8 questions à réponses courtes. La première section était composée de questions concernant l'adhésion d'un organisme à une CDC. La deuxième section traitait des services et du soutien que les CDC offrent à leurs membres ainsi que les besoins émergents. La dernière section portait sur les moyens de maintenir le contact avec leurs membres.

Collecte de données

Deux méthodes ont été utilisées pour recueillir les réponses de la part des CDC : par sondage téléphonique ou par le biais d'un sondage en ligne. Ce sont les CDC qui décidaient si elles préféraient répondre au sondage par voie téléphonique ou en ligne. Lorsque la méthode de sondage téléphonique était employée, la responsable de la recherche posait les questions qui se retrouvaient dans le questionnaire électronique et le remplissait selon les réponses obtenues des répondants. Le questionnaire a été rédigé sur la plateforme *Google Forms* et il était possible de le compléter du 12 mai au 31 mai 2021. Au final, ce sont 47 CDC de la province qui ont participé au sondage, pour un taux de réponse de 72,3 %.

Analyse des résultats

1. Avantages d'être membre d'une CDC

La première question qui était posée aux CDC était la suivante : *Quels sont les avantages pour un organisme à devenir membre d'une CDC ?* Parmi les réponses obtenues, 89,4 % ont nommé la concertation et le développement, 85,1 % ont indiqué les services aux membres et 83 % le réseautage. Cependant, de nombreux autres avantages ont été mentionnés, notamment le soutien aux organismes (34 %), l'accès à l'information (23,4 %), faire partie d'un regroupement (14,9 %) et finalement, la représentation des organismes ainsi que la visibilité (12,8 % respectivement).

2. Cotisation

Lorsqu'il a été question de la cotisation annuelle, 98 % des répondants ont indiqué que leurs membres paient une cotisation, alors qu'un répondant a préféré ne pas répondre. Certaines CDC exigent un prix fixe alors que pour d'autres le prix varie en fonction du financement.

Pour ce qui est du montant de la cotisation à prix fixe, celui-ci varie considérablement d'une CDC à l'autre. Toutefois, les prix les plus récurrents sont : 50 $ à 55 $ (19 %) et 75 $ à 80 $ (17 %). Pour les autres, le prix fixe varie grandement, allant de 25 $ à

250 $ annuellement. Pour la majorité de ces CDC, les prix de la cotisation diffèrent selon le type d'organismes (ACA, solidaires, affinitaires, etc.) (32 %).

En ce qui concerne le coût de la cotisation annuel fixée selon le financement, on note une grand différence d'une CDC à une autre. Les cotisations peuvent aller de 0 $ annuellement (minimum; pour les organismes ayant le financement le plus bas) à 275 $ annuellement (maximum; pour les organismes ayant le financement le plus élevé) (32 %).

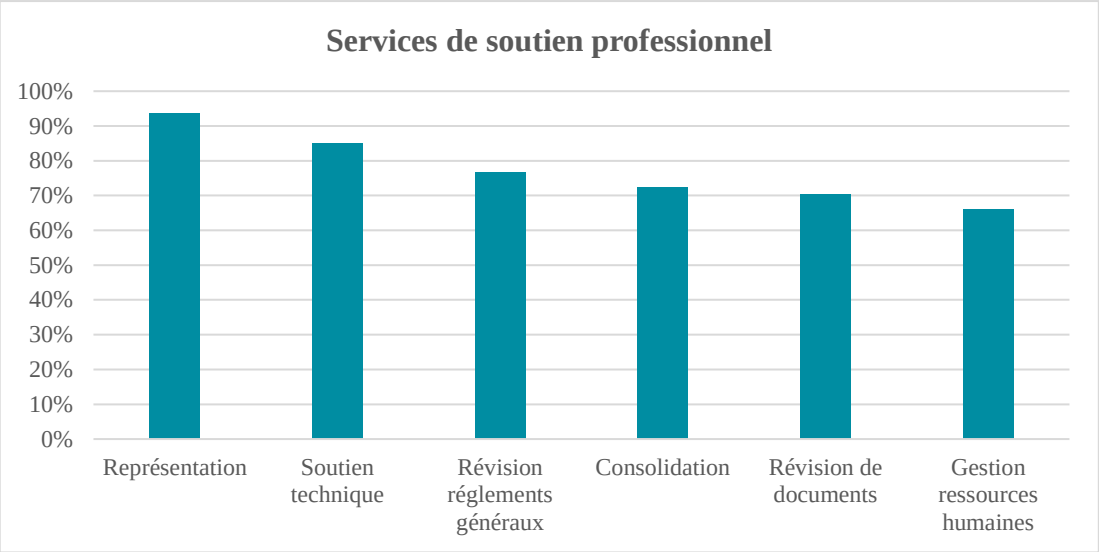
3. Service de bureautique et d'édition

En ce qui concerne le service de bureautique et d'édition, 65,9 % des répondants ont indiqué ne pas offrir ce type de service. Parmi ceux qui fournissent ces services, 29,8 % offrent un service de photocopies et 11 % offrent un service d'édition. Certaines CDC offrent d'autres types de service, par exemple, l'accès à des logiciels de montage (Canva, Prezi, etc.), un service de plastification ou encore un service de numérisation. Un répondant a toutefois mentionné que les services de bureautique et d'édition ne seront plus offerts étant donnée les virages zéro papier ainsi que la démocratisation de l'accessibilité aux équipements.

4. Soutien professionnel

Pour ce qui est du soutien professionnel, toutes les CDC ayant répondu au sondage offrent une forme quelconque de soutien professionnel à leurs membres (100 %). Tel que démontré au graphique 1, le soutien professionnel que les CDC offrent le plus est la représentation de leurs membres auprès des instances politiques (93,6 %). De nombreuses CDC offrent également un soutien technique à leurs membres (85,1 %). La révision de règlements généraux (76,6 %), la consolidation d'organismes communautaires (72,3 %), la révision de documents (70,2 %) ainsi que l'aide dans la gestion des ressources humaines (66 %) font aussi partie des services de soutien professionnel les plus couramment offerts.

Graphique 1

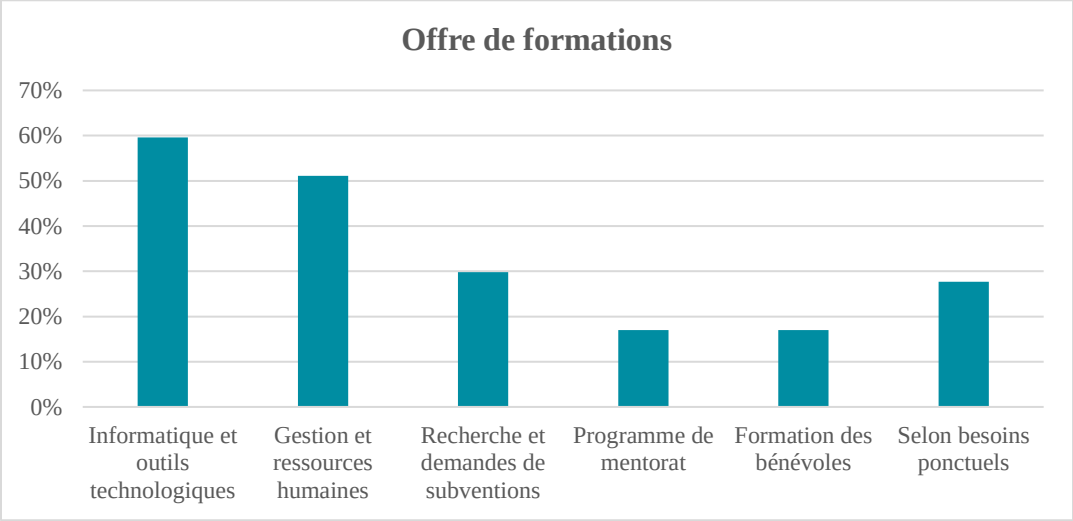


5. Formations

En ce qui a trait aux formations offertes par les CDC, il est possible de constater au graphique 2 que l'offre est très diversifiée. Toutefois, on remarque que les plus populaires sont celles touchant à l'informatique et les outils technologiques (59,6 %) ainsi qu'à la gestion et les ressources humaines (51,1 %). Les formations sur la recherche et demandes de subventions (29,8 %), les programmes de mentorat (17 %) et la formation des bénévoles (17 %) sont également dispensées par certaines CDC. Plusieurs autres thématiques de formations ont été mentionnées par les répondants, telles que la gestion du changement, la santé mentale, l'approche et la participation citoyenne, les communications, les réseaux sociaux, la gouvernance, la gestion financière, etc. Par ailleurs, il est intéressant de noter que 27,7 % des répondants n'ont pas de programme de formation déjà établi et offrent des formations selon les besoins ponctuels de leurs membres.

Bien que plusieurs CDC offrent elles-mêmes les formations auprès des organismes, certains répondants ont indiqué que les formations sont dispensées par le biais de partenariats avec différentes organisations ou par des formateurs professionnels avec l'aide financière de Services Québec.

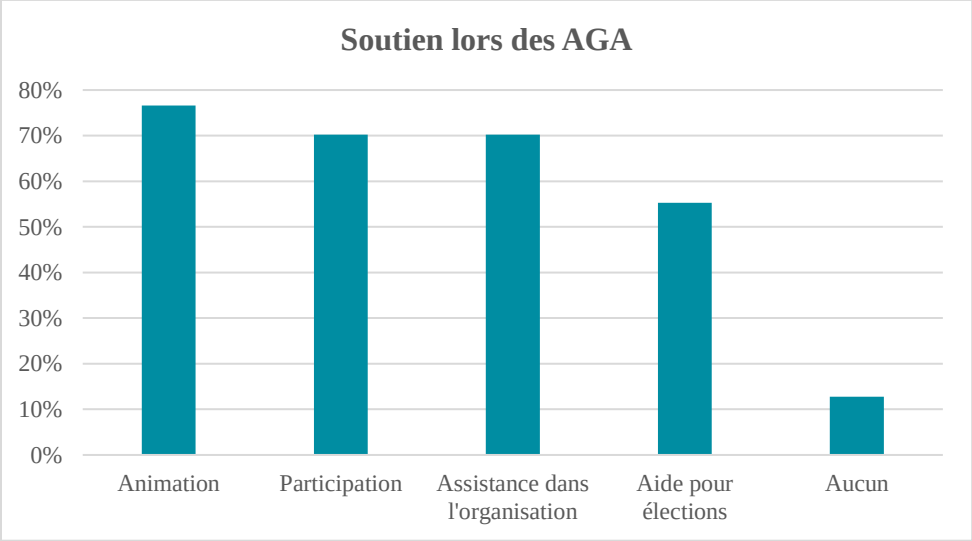
Graphique 2



6. Assemblée générale annuelle

À chaque année, les organismes communautaires doivent organiser et tenir une assemblée générale annuelle. Pour ce qui est du soutien offert par les CDC lors des assemblées générales annuelles [AGA] de leurs membres, 76,6 % des répondants ont indiqué qu'ils offrent de les animer (graphique 3). Toutefois, certains répondants ont précisé que l'animation d'AGA n'était pas systématique, que ceci se produisait uniquement lorsqu'il y avait des difficultés particulières.

Graphique 3

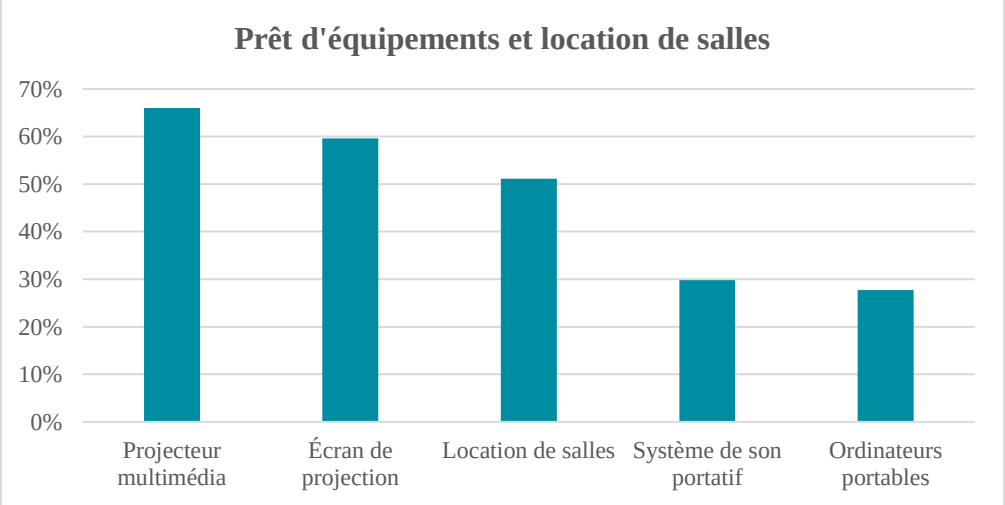


De plus, plusieurs CDC participent aux AGA (70,2 %) ou prêtent assistance aux membres dans l'organisation de leurs AGA (70,2 %). Il est également possible de constater que 55,3 % des répondants aident les membres dans l'organisation des élections. Finalement, 12,8 % des répondants ont indiqué ne pas avoir la possibilité d'offrir ce type de soutien.

7. Prêts de matériel / location de salles et équipement

En ce qui concerne les prêts de matériel et la location de salles et d'équipement, 66 % des répondants ont déclaré qu'ils mettent des projecteurs multimédias à la disposition de leurs membres. De plus, selon les réponses obtenues, 59,6 % des CDC font le prêt d'un écran de projection. Par ailleurs, 51,1 % des répondants offrent la location de salles de réunion pour leurs organismes membres. Les autres prêts d'équipements les plus récurrents comprennent les systèmes de son portatif (29,8 %) et les ordinateurs portables (27,7 %). Parmi les autres réponses obtenues, on retrouve le prêt d'une relieuse, d'une plastifieuse, d'une perforatrice, d'un réfrigérateur ou congélateur, d'une cafetière, d'un tableau interactif et plus encore.

Graphique 4



8. Faciliter l'accès à des produits et des services

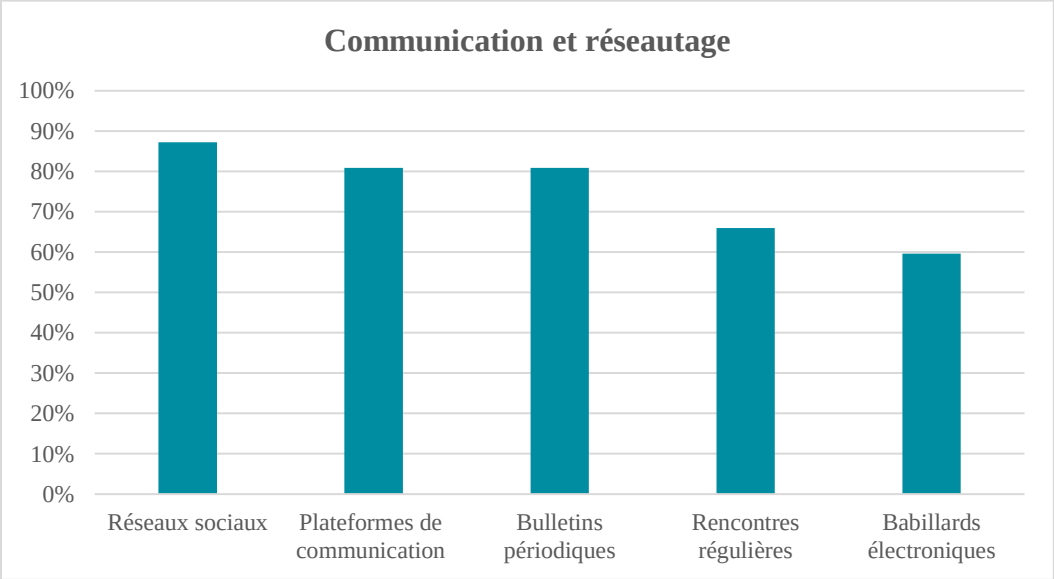
Pour ce qui est de faciliter l'accès à des produits et services, 21,3 % des répondants ont indiqué avoir des ententes de partenariats avec des professionnels, tels que des avocats ou des commissaires à l'assermentation. Fait intéressant, une CDC a elle-même un(e)

employé(e) qui est commissaire à l'assermentation, et ce, afin de faciliter les démarches administratives des organismes. Selon les résultats, il est possible de constater que 21,3 % des répondants ont formé des groupes d'achats, permettant aux organismes d'obtenir des rabais intéressants chez certains commerçants ou fournisseurs. Cependant, certains répondants ont précisé que la formation de groupes d'achats s'est faite uniquement en période de pandémie afin d'aider les organismes dans l'achat de divers produits, tels que du désinfectant pour mains (6,3 %). Finalement, 51,1 % des CDC ont déclaré ne pas offrir ce type de service.

9. Communication et réseautage

En ce qui a trait à la communication et au réseautage, l'utilisation des réseaux sociaux est le moyen de communication qui revient le plus souvent, avec 87,2 % des répondants ayant indiqué qu'ils possèdent un compte sur un ou plusieurs réseaux sociaux (graphique 5).

Graphique 5



Les autres moyens de communication les plus utilisés par les CDC sont les plateformes de communications (ex. : site Web; 80,9 %) et les bulletins périodiques (ex. : infolettre; 80,9 %). De plus, 66 % des répondants organisent des rencontres avec leurs membres sur une base régulière et 59,6 % fournissent un babillard électronique à leurs membres. Cette

dernière fait référence à la diffusion d'informations (ex. : conférences, webinaires, offres d'emploi) via une liste d'envoi par courriel.

Plusieurs autres moyens de communication ont été nommés par les répondants : les calendriers annuels, les webmagazines, les capsules vidéo, les tables des membres, les groupes de co-développement et plus encore. Bien entendu, l'ensemble des CDC qui ont répondu au sondage s'assure de rester en contact avec ses membres par un moyen ou un autre.

10. Autres services

Finalement, en ce qui concerne les autres services, 51,1 % des répondants ont indiqué qu'ils publient des outils d'aide. Par exemple, ils mettent à la disposition de leurs membres des guides d'utilisation ou des tutoriels pour certains logiciels informatiques. La redistribution de dons (matériels ou autres) est également un service que 31,9 % des CDC offrent aux organismes. De plus, 29,8 % des CDC possèdent un centre de documentation, contenant des ouvrages sur divers sujets que les organismes peuvent consulter au besoin. Certaines CDC fournissent aussi des assurances collectives à leurs membres (25,5 %). D'autres services, tels qu'une banque de bénévoles, un service de petite caisse ou encore un processus d'accueil des nouvelles directions ont aussi été mentionnés par quelques répondants.

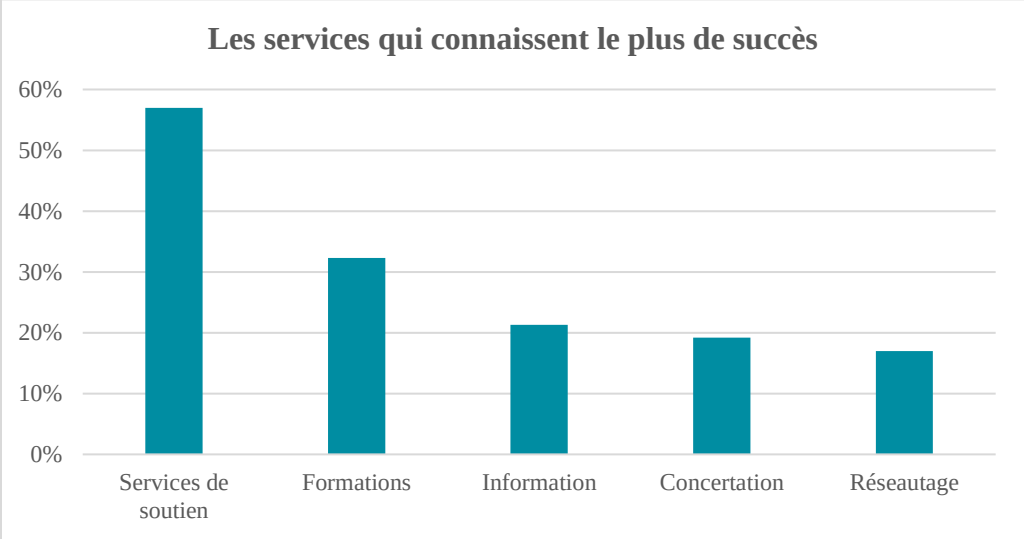
11. Les services qui connaissent le plus grand succès auprès des membres

Dans le questionnaire, il a été demandé aux CDC d'indiquer quels étaient les services qui connaissaient le plus de succès auprès de leurs membres. La catégorie de services s'est démarquée est celle du soutien, où 57 % des répondants ont mentionné une réponse appartenant à cette catégorie (graphique 6). Parmi les réponses obtenues, il a été indiqué que les organismes membres apprécient notamment obtenir des réponses à leurs questionnements, et ce, dans un délai court. On retrouve également la consolidation, le partage des ressources et la mutualisation des services.

Une autre catégorie de services qui a été beaucoup rapportée est celle de la formation (32,3 %). Selon les répondants, les formations sont populaires auprès des membres pour plusieurs raisons. Tout d'abord, les formations sont généralement à prix abordables et accessibles à tous. De plus, elles sont adaptées en fonction des besoins des membres. Il a d'ailleurs été mentionné que les formations sont concrètes pour les organismes, leur permettant donc d'appliquer leurs nouvelles connaissances directement dans leur travail.

Les trois autres services qui ont été indiqués comme ayant le plus de succès auprès des membres sont l'information (21,3 %), la concertation (19,2 %) ainsi que le réseautage (17 %).

Graphique 6



12. Offre de nouveaux services selon les besoins émergents

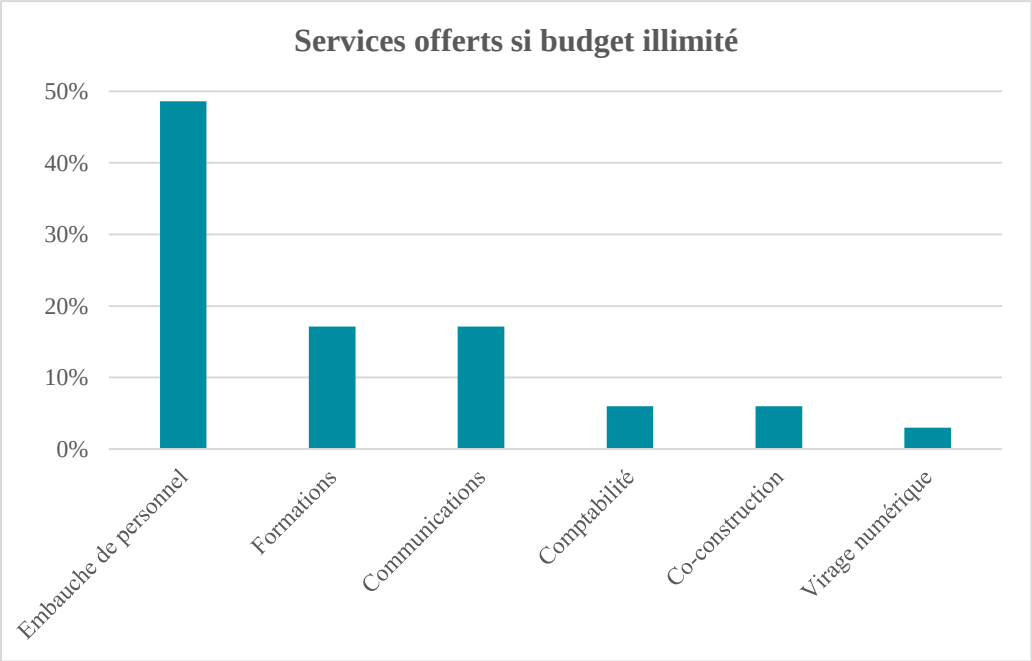
Il a été demandé aux CDC si elles prévoyaient offrir de nouveaux services selon les besoins émergents de leurs membres. De nombreuses réponses ont été obtenues, à partir desquelles une analyse a été réalisée pour les catégoriser. Les services qui ont été le plus mentionnés concernent les formations et les communautés de pratique (45,7 %). Les communautés de pratique comprennent plusieurs éléments, tels que les rencontres, le co-développement, les échanges et les groupes de support. Par la suite, 42,9 % des répondants ont indiqué qu'ils

souhaiteraient offrir plus de services de communication. Parmi ces réponses, on retrouve le développement d'un bottin des organismes, la production d'une infolettre, l'embauche d'un(e) agent(e) de communication, promouvoir les services des membres ainsi que l'accompagnement dans la gestion des réseaux sociaux. Pour ce qui est des autres réponses obtenues, elles concernent l'embauche de personnel, la mutualisation des services, les services de comptabilité, la planification stratégique ainsi qu'un gala de reconnaissance.

13. Services offerts si budget illimité

La question suivante a été posée aux CDC : *Si vous aviez un budget illimité, quels services souhaiteriez-vous offrir à vos membres ?* Ce qui a été mis en évidence par cette question est le manque de main d'œuvre chez les CDC. En effet, près de la moitié des répondants (48,6 %) ont mentionné que s'ils disposaient d'un budget illimité, ils investiraient dans l'embauche de personnel, et ce, afin de pouvoir réaliser plus de projets ou offrir plus de services aux membres.

Graphique 7



Tel que présenté au graphique 7, les deux autres catégories de services qui sont ressorties le plus sont les formations (17,1 %) ainsi que les communications (17,1 %). Ce n'est pas

surprenant de retrouver ces deux catégories car elles reviennent souvent, que ça soit dans les besoins des organismes ou bien dans les services qui connaissent le plus de succès. Par la suite, on retrouve les services de comptabilité (6 %), la co-construction (6 %), le virage numérique (3 %) et plusieurs autres.

14. Contact avec les membres

Finalement, les CDC ont été interrogées au sujet de leur contact avec les membres. Plus précisément, les éléments qui ont été abordés sont les moyens par lesquels elles maintiennent le contact avec les membres, la fréquence à laquelle elles communiquent avec les membres ainsi que les façons dont elles se tiennent informées des besoins des membres. En ce qui concerne les moyens de maintenir le contact, les plus récurrents sont les courriels (91,5 %), les rencontres (89,4 %) ainsi que les appels téléphoniques (83 %). Les autres moyens qui ont été mentionnés par les CDC sont l'utilisation de Facebook / Messenger, les infolettres, les rencontres Zoom et les tables des membres. Par la suite, pour ce qui est de la fréquence des communications avec les membres, 40,4 % des répondants ont indiqué qu'ils communiquent avec leurs membres à toutes les semaines, 23,3 % ont indiqué à toutes les deux semaines, 21 % à tous les mois et 4,3 % à tous les jours. Les autres réponses comprennent deux fois par mois, quatre fois par année, fréquence variable, selon les besoins des membres ainsi qu'une fois par année en présentiel.

Pour terminer, les CDC ont indiqué les façons dont elles s'informent des besoins des membres. Bien que les réponses obtenues soient assez variées, quelques-unes sont revenues plus souvent. Tout d'abord, 41,3 % des répondants ont indiqué se tenir au courant des besoins de leurs membres par le biais de rencontres, que ce soit en présentiel ou en visioconférence. Ensuite, 41,3% ont mentionné réaliser des sondages auprès des organismes. Les deux autres moyens les plus mentionnés sont les tables de concertation (8,7 %) ainsi que les courriels et appels téléphoniques (8,7 %).

Volet 2 : Organismes membres de la Corporation de développement communautaire de Beauport

Instrument de mesure

Afin de recueillir les réponses des organismes membres, un questionnaire a été élaboré sur la plateforme en ligne *Google Forms*. Le questionnaire comprenait 45 questions à choix de réponses et 2 questions ouvertes, pour un total de 47 questions.

Le questionnaire a été séparé en deux principales sections. La première visait à mesurer le niveau de satisfaction des organismes à l'égard du soutien et des services déjà offerts par la Corporation de développement communautaire de Beauport. Le but d'évaluer le niveau de satisfaction des organismes est de permettre à la CDCB de savoir quels sont les points forts et les points à améliorer de son offre de services auprès des membres. Pour mesurer le niveau de satisfaction, une échelle du type Likert à cinq points a été utilisée. Les répondants avaient le choix de cocher entre « Très insatisfait(e) », « Insatisfait(e) », « Ni insatisfait(e) / ni satisfait(e) », « Satisfait(e) » ou « Très satisfait(e) » afin d'indiquer leur niveau de satisfaction pour chaque énoncé. Lorsque l'organisme n'avait pas recours à un des services, il devait sélectionner « Ne s'applique pas ».

La seconde partie du sondage visait, quant à elle, à comprendre les besoins actuels des organismes en termes de soutien et de services. Afin d'identifier les besoins des organismes, leur niveau d'intérêt pour différents services a été évalué. Encore une fois, l'échelle du type Likert a été utilisée pour recueillir les réponses des participants, cette fois-ci à quatre points. Les répondants devaient choisir entre « Pas du tout intéressé(e) », « Peu intéressé(e) », « Intéressé(e) » ou « Très intéressé(e) » afin d'indiquer leur niveau d'intérêt pour un ou des services qui pourraient être mis en place à la CDCB.

Collecte de données

Tout comme la collecte de données effectuée auprès des CDC, deux méthodes ont été utilisées pour recueillir les réponses de la part des organismes membres : soit par sondage

téléphonique ou par le biais d'un sondage en ligne. Ce sont les membres qui décidaient s'ils préféraient répondre au sondage par voie téléphonique ou en ligne. Lorsque la méthode de sondage téléphonique était employée, la responsable de la recherche posait les questions qui se retrouvaient dans le questionnaire électronique et le remplissait selon les réponses obtenues des répondants. La collecte de données a été réalisée du 1er au 25 juin 2021. La démarche visait un total de 34 répondants. Au final, 27 organismes y ont pris part, pour un taux de réponse de 79,4 %.

Analyse des résultats

1. Catégorie de membres

Afin de devenir membre de la Corporation de développement communautaire de Beauport, les organismes doivent répondre à certains critères. Tout d'abord, l'organisme doit transmettre les valeurs propres au milieu communautaire, telles que la justice sociale, l'« empowerment », l'autonomie, l'équité, la dignité et l'égalité. Par ailleurs, il doit aussi se rallier aux objectifs de la CDCB. D'un point de vue technique, les organismes doivent être à but non lucratif, doivent compléter un formulaire d'adhésion, être approuvés par le conseil d'administration et payer la cotisation annuelle.

Les organismes admissibles font généralement partie de l'une des trois catégories suivantes :

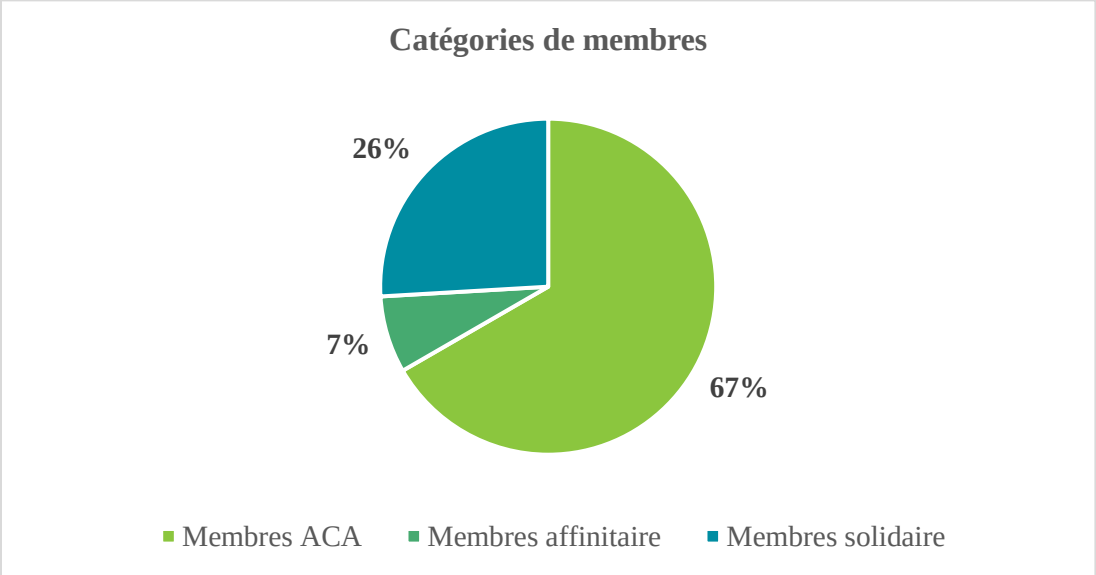
1. Action Communautaire Autonome (ACA – avec droit de vote)
2. Affinitaire (avec droit de vote)
3. Solidaire (sans droit de vote)

La Corporation de développement communautaire de Beauport offre également la possibilité à certains organismes de devenir membres associés. Ces organismes n'ont pas à payer la cotisation annuelle, mais ils bénéficient uniquement du service de communication de la CDCB. C'est-à-dire, ils reçoivent les courriels de la CDCB et autres

informations pertinentes, mais ils n'ont pas de droit de vote et ne peuvent pas obtenir de subventions provenant de la CDCB, entre autres.

Selon les résultats du sondage, 67 % des répondants sont des membres ACA, 26 % sont des membres solidaires et 7 % sont des membres affinitaires (graphique 8).

Graphique 8



2. Financement des organismes

Le financement des organismes qui ont répondu au sondage varie énormément d'un à l'autre. En effet, 67 % des répondants reçoivent un financement allant de 75 000 $ à plus de 200 000 $, alors que 29,7 % des répondants reçoivent un financement se situant entre 0 $ et 49 999 $. Certains organismes sont composés uniquement de bénévoles, donc ils ne reçoivent aucun financement annuel.

3. Motivations à être membre de la Corporation de développement communautaire de Beauport

La CDCB offre du soutien ainsi que plusieurs services à ses membres, de ce fait, les motivations des organismes à se joindre à la CDCB sont nombreuses. Dans le sondage, les participants devaient répondre à la question suivante : *Quelles sont vos motivations à être*

membre de la CDCB ? Selon les réponses obtenues, les motivations les plus populaires sont le réseautage (40,7 %), faire partie d'un regroupement (40,7 %) ainsi que le soutien et les services offerts (40,7 %). Les autres sources de motivations comprennent le partage d'informations (26 %), la concertation (18,5 %) et les formations (11,1 %).

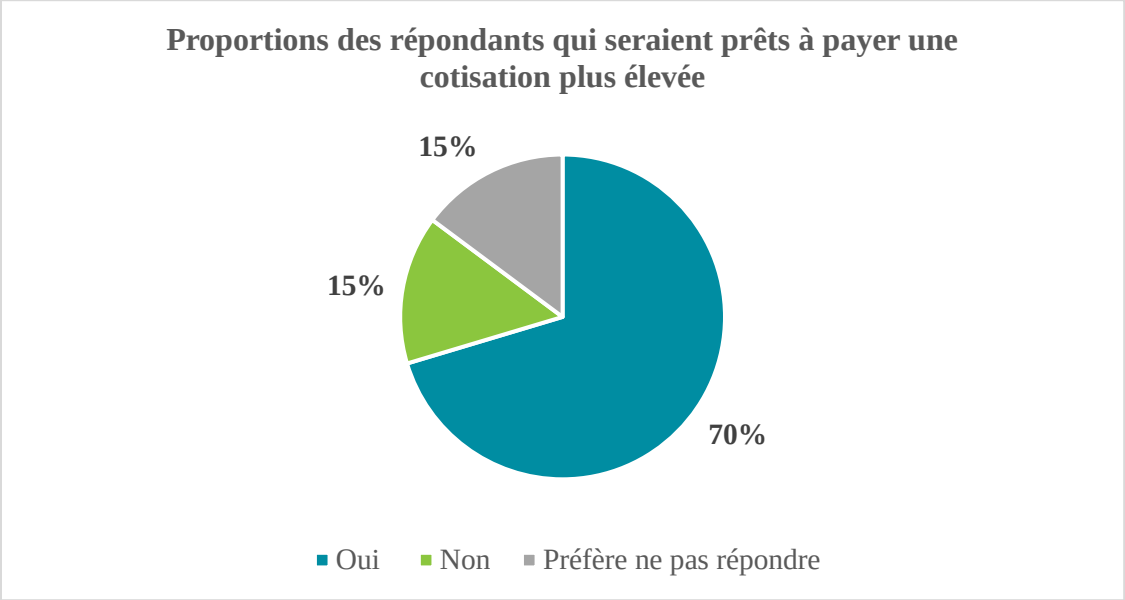
4. Cotisation annuelle

Le prix de la cotisation annuelle est un facteur à prendre en considération, car cela permet de savoir si la cotisation représente un frein à l'adhésion ou encore de savoir si, selon les membres, les avantages offerts par la CDCB correspondent au prix payé par ces derniers. Actuellement (2021), le coût de la cotisation annuelle est de 25 $ pour les membres solidaires et de 35 $ pour les membres ACA et affinitaires.

Trois questions ont été posées aux participants afin de mieux comprendre leur perception face au coût de la cotisation annuelle. La première question demandait aux répondants si la cotisation annuelle représentait un frein à l'adhésion. La réponse a été unanime : 100 % des répondants ont indiqué que la cotisation annuelle ne représente pas un frein à l'adhésion.

La seconde question était la suivante : *Selon vous, le coût de la cotisation annuelle est-il approprié en fonction des avantages offerts par la CDCB ?* Les résultats obtenus sont plutôt intéressants. En effet, 81,5 % des membres qui ont répondu au sondage ont indiqué « Oui » à cette question. Cependant, 18,5 % des répondants ont indiqué « Non ». Les participants avaient la possibilité d'approfondir leur réponse à cette question dans une section « Commentaires ». En analysant les commentaires recueillis, il a été possible de comprendre que ceux ayant indiqué que le coût de la cotisation n'était pas approprié en fonction des avantages offerts par la CDCB croient en fait que le coût est trop bas et qu'il pourrait être revu à la hausse.

Graphique 9

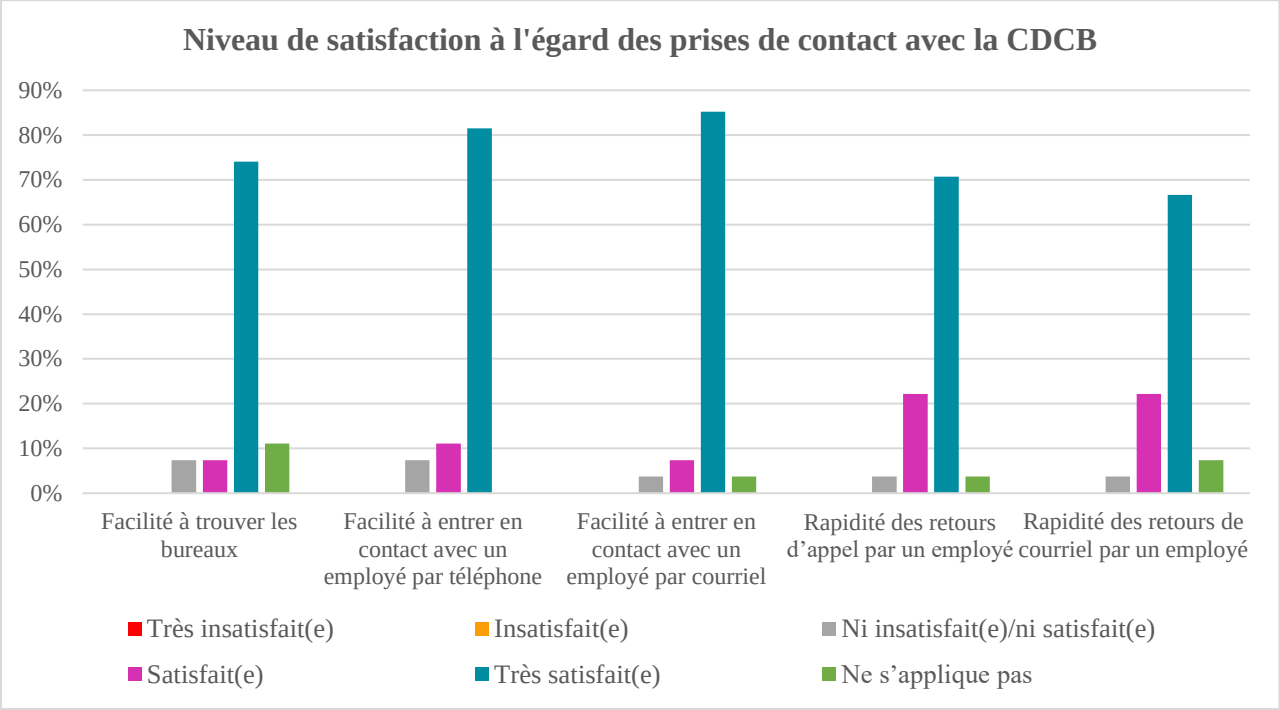


La dernière question concernant la cotisation annuelle demandait aux répondants s'ils seraient ouverts à l'idée de payer une cotisation plus élevée (pour un maximum de 100 $), sachant que celle-ci serait entièrement dédiée aux services aux membres. En réponse à cette question, 70,4 % des répondants ont répondu « Oui », 15 % ont répondu « Non » et 15 % des participants ont préféré ne pas répondre à la question (graphique 9). À la lumière des résultats des trois questions concernant la cotisation, il est possible de croire que les membres seraient prêts à payer une cotisation plus élevée dans le but de bénéficier d'une offre de services plus diversifiée.

5. Niveau de satisfaction

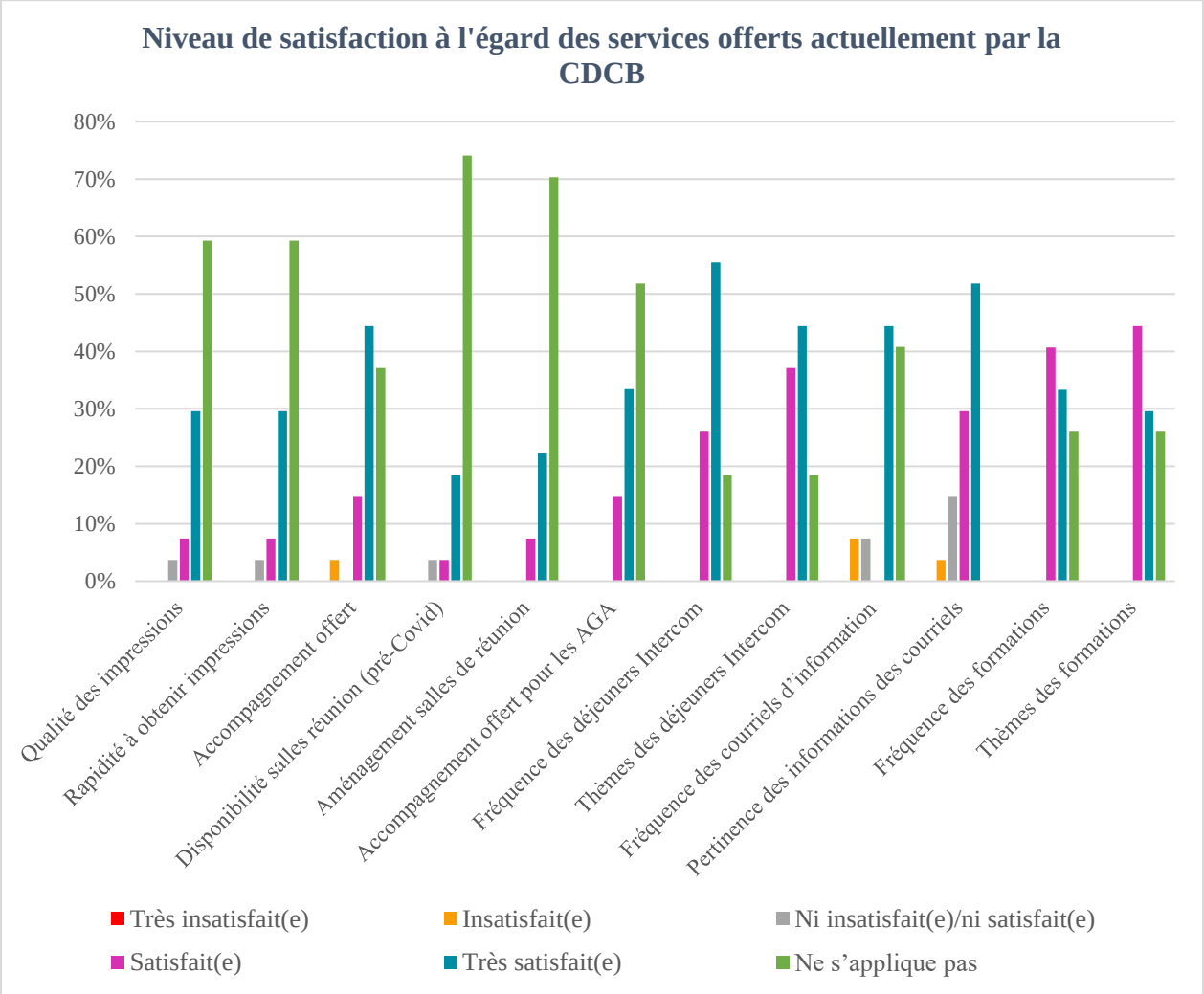
Afin de dresser un portrait du niveau de satisfaction des organismes, cette section du questionnaire a été séparée en deux sous-sections. La première, « Prises de contact », vise à connaître le niveau de satisfaction des répondants lorsqu'ils entrent en contact avec les employés de la CDCB, ou encore, lorsqu'ils se déplacent aux bureaux de la CDCB. La seconde sous-section, « Soutien et services offerts actuellement par la CDCB », cherche à connaître le niveau de satisfaction des membres à l'égard des services déjà offerts par la CDCB.

Graphique 10



Tel que présenté au graphique 10, il est possible de constater que le trois quarts (75,6 %; moyenne de tous les énoncés) des répondants ont indiqué qu'ils sont « Très satisfaits » des prises de contact qu'ils ont avec la CDCB. La facilité à entrer en contact avec un employé de la CDCB par courriel et la facilité à entrer en contact avec un employé de la CDCB par téléphone affichent les plus hauts niveaux de satisfaction, avec 85,2 % et 81,5 % des répondants ayant indiqué qu'ils sont « Très satisfaits », respectivement. Aucun répondant n'a indiqué être « Très insatisfait » ni « Insatisfait » pour l'ensemble des énoncés concernant les prises de contact avec la CDCB.

Graphique 11



En observant le graphique 11, il est possible de constater qu'un peu plus de la moitié des répondants sont « Satisfaits » ou encore « Très satisfaits » (56 %; moyenne de tous les énoncés) des services offerts actuellement par la CDCB. Il est important de prendre en compte que pour l'ensemble des services, 43,8 % (moyennes de tous les énoncés) des répondants ont sélectionné « Ne s'applique pas », ce qui indique que ces répondants n'ont pas eu recours à ces services et qu'ils ne pouvaient donc pas indiquer un niveau de satisfaction. Ainsi, ceci démontre que pour les organismes qui ont recours à ces services, le taux de satisfaction est très élevé. Ceci est donc positif dans l'ensemble et démontre que la Corporation devrait poursuivre sur cette voie.

Cependant, on observe que certains services pourraient être améliorés. Tout d'abord, les énoncés concernant les courriels envoyés aux membres par la CDCB démontrent une légère insatisfaction. En effet, 3,7 % des répondants ont sélectionné « Insatisfaits » pour l'énoncé sur la pertinence des informations dans les courriels et 7,4 % ont indiqué être « Insatisfaits » pour l'énoncé concernant la fréquence des courriels envoyés. Dans la section « Commentaires » suivant cette question, certains répondants ont expliqué que leur insatisfaction était due au fait que certaines informations contenues dans les courriels étaient redondantes car ils les recevaient déjà de la part d'autres organisations (ex. : CIUSSS, Ville de Québec, etc.). Tout cela fait en sorte que l'information est reçue en double, parfois en triple, et que cela peut devenir lourd à traiter.

Un autre énoncé qui affiche de l'insatisfaction (3,7 %) est celui concernant l'accompagnement offert par la CDCB (3^{e} énoncé). Un des participants a expliqué que son insatisfaction provenait d'un manque de suivi. En effet, ce participant a mentionné qu'il avait tenté d'entrer en contact avec la Corporation afin d'obtenir de l'aide pour une demande d'appui et qu'il n'a jamais eu de retour de la part de la CDCB. Il est important de rappeler qu'une des missions de la CDCB est d'accompagner les organismes afin de les aider à participer au développement socioéconomique du milieu. Bien qu'il semble s'agir d'une situation singulière, il pourrait être utile d'implanter un système de gestion des clients (CRM) afin d'éviter que ce genre d'incident ne se reproduise.

Un autre élément qu'il est possible de constater à la lecture du graphique 11 est que peu de répondants utilisent les salles de réunion mises à leur disposition. En effet, 74,1 % des participants ont sélectionné « Ne s'applique pas » à l'énoncé sur la disponibilité des salles de réunion. Ceci signifie que ces répondants n'ont pas recours à ce service offert par la CDCB. Il serait donc intéressant d'approfondir la recherche afin de mieux comprendre pourquoi ce service est si peu utilisé. Bien qu'il était précisé de répondre à cette question en se basant sur leur utilisation des salles en période pré-COVID, il est possible que les répondants n'aient pas été en mesure de se rappeler de leur utilisation des salles de réunion avant la pandémie. Ainsi, cela a pu avoir un impact sur les réponses obtenues.

Aussi, on peut remarquer que le service de reprographie est également peu utilisé par les répondants (59,3 %). Il a même été mentionné par un répondant que le service était, aujourd'hui, plus ou moins pertinent. Cela pourrait donc expliquer en partie pourquoi ce service est moins populaire auprès des membres. D'ailleurs, à la CDCB, les membres bénéficient d'un crédit annuel de 25 $ pour les services de reprographie. Il serait intéressant de savoir si les membres préféreraient que ce crédit soit appliqué sur un autre service qui leur serait davantage utile.

Il est important de souligner que ce n'est qu'un très faible pourcentage de répondants (3,7 % et 7,4 %) qui ont rapporté être insatisfaits à l'égard des énoncés portant sur les courriels envoyés par la CDCB. En effet, la grande majorité des répondants qui ont recours aux services (excluant ceux ayant indiqué « Ne s'applique pas ») s'est déclarée « Satisfaits » ou « Très satisfaits » pour l'ensemble des énoncés. Il est donc possible de croire que, de façon générale, la CDCB offre du soutien et des services qui répondent bien aux attentes de ses membres.

6. Niveau d'intérêt

Bien que le niveau actuel de satisfaction des membres à l'égard des services offerts par la CDCB soit élevé, il est tout de même pertinent de vérifier leur niveau d'intérêt pour l'offre de nouveaux services. En effet, les besoins des organismes et de leurs membres étant en constante évolution, il est important de s'assurer de toujours offrir le soutien et les services nécessaires au bon fonctionnement des organismes.

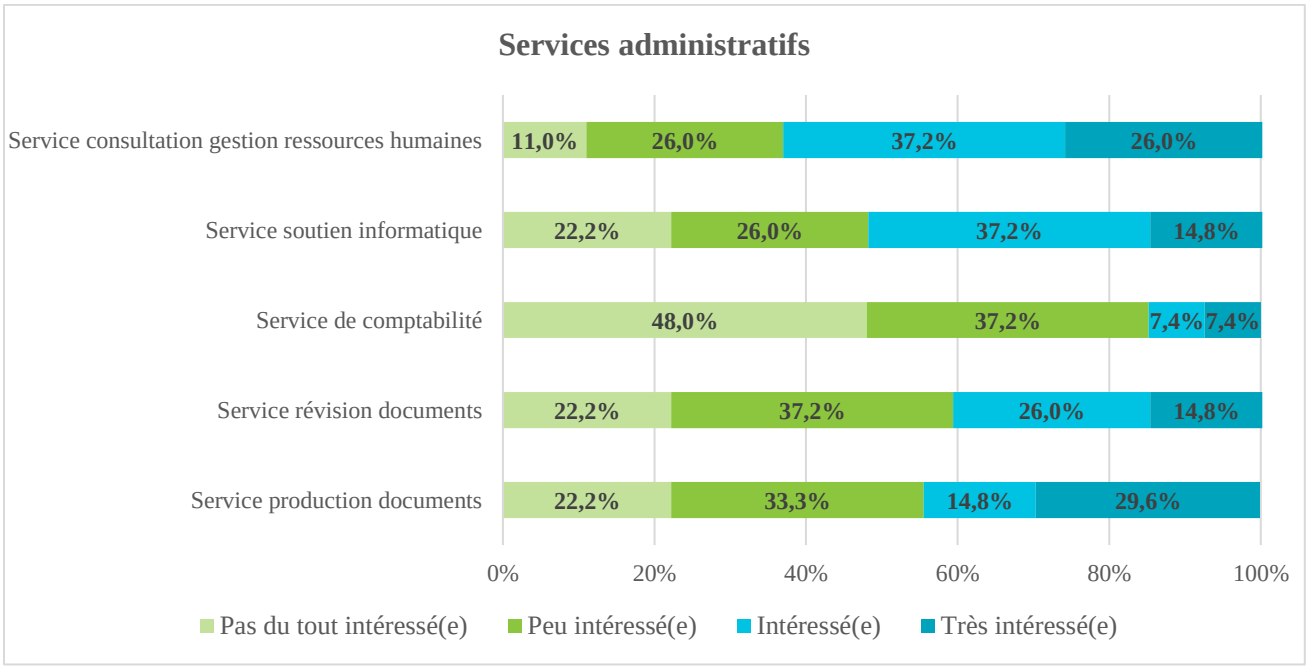
Par ailleurs, il est possible de constater au graphique 11 que plusieurs services sont peu utilisés (ceux ayant indiqué « Ne s'applique pas »). Ainsi, il s'avère intéressant de vérifier si d'autres types de services seraient plus profitables pour les membres. Pour ce faire, une liste de 23 services a été rédigée en s'appuyant sur les données collectées auprès des autres CDC de la province. Par la suite, cette liste a été divisée en quatre grandes catégories :

- Services administratifs
- Services de communication et de marketing
- Développement des connaissances

- Autres services

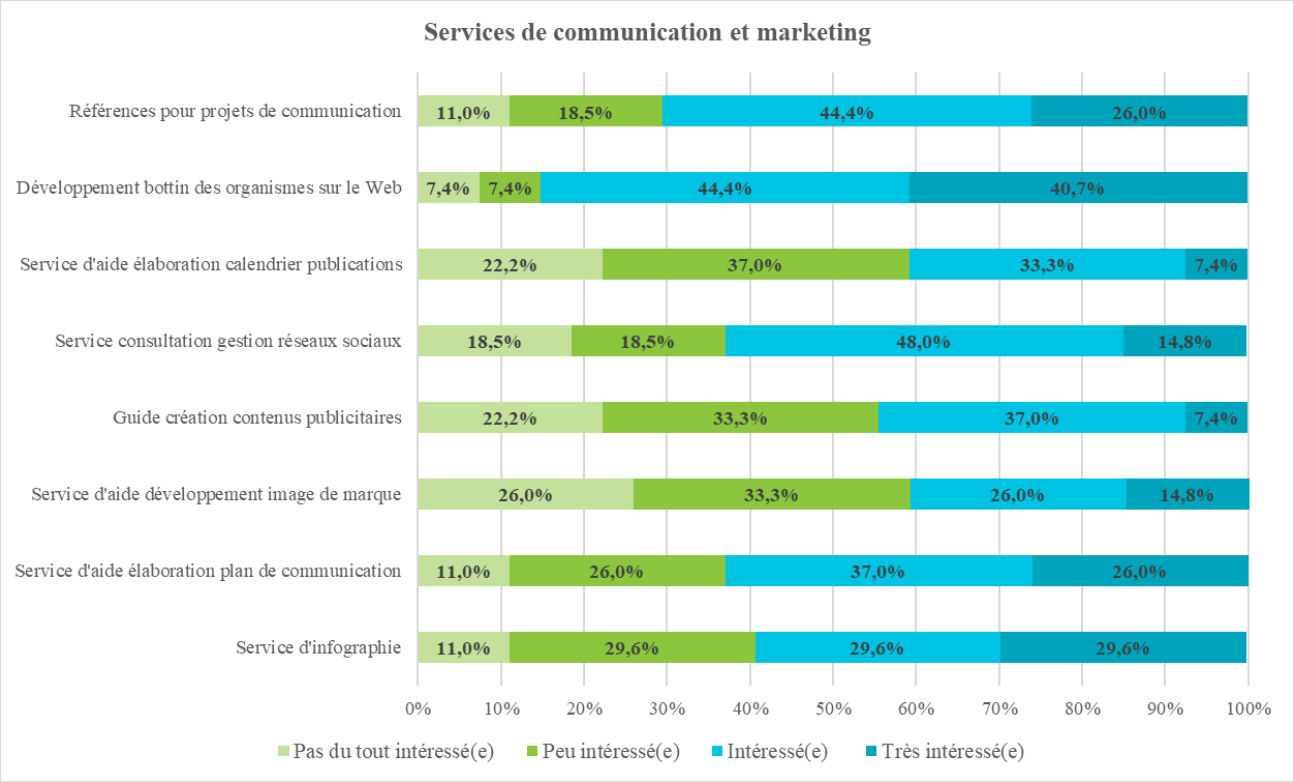
Les répondants devaient indiquer leur niveau d'intérêt pour chaque service proposé.

Graphique 12



En observant le graphique 12, on constate que très peu de répondants souhaitent bénéficier d'un service de comptabilité. En effet, 85,2 % des participants ont indiqué qu'ils ne sont « Pas du tout intéressés » (48 %) ou « Peu intéressés » (37,2 %) à obtenir ce service, contre 14,8 % des répondants qui ont indiqué être soit « Intéressés » (7,4 %) ou « Très intéressés » (7,4 %). Les répondants ont également démontré peu d'intérêt pour un service de révision de documents, avec 59,4 % des participants ayant indiqué ne pas être du tout intéressés ou peu intéressés par ce service. En revanche, 63,2 % des répondants ont démontré de l'intérêt pour un service de consultation en gestion des ressources humaines. Ce type de service comprend de l'accompagnement et l'offre de conseils aux membres en ce qui concerne le processus d'embauche, l'élaboration d'une politique de gestion des ressources humaines, la gestion des employés, et plus encore. Il pourrait donc être intéressant d'explorer cette option afin de l'intégrer éventuellement à l'offre de service de la CDCB.

Graphique 13

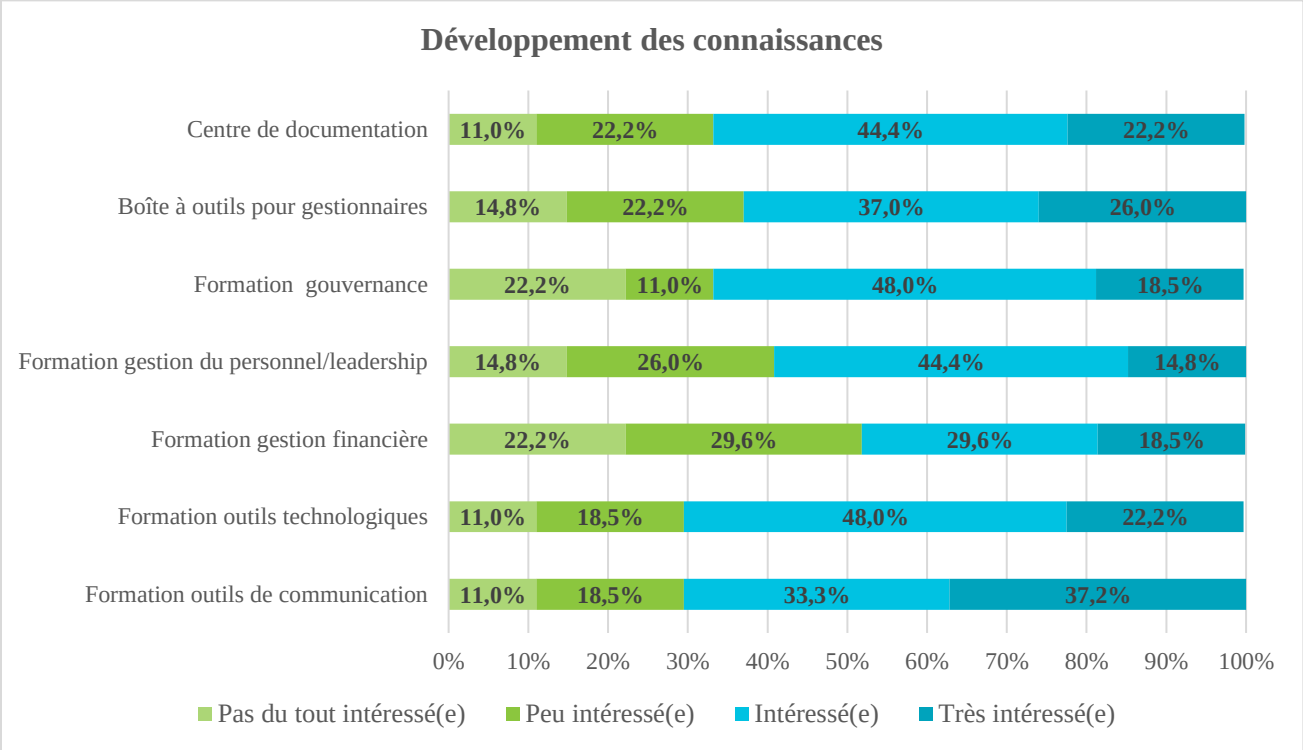


À la lecture du graphique 13, on constate quelques tendances chez les répondants concernant les services de communication et de marketing. Tout d'abord, le service qui semble être le plus populaire auprès des répondants est le développement d'un bottin des organismes sur le Web. En effet, ce sont 85,1 % des participants qui ont déclaré être « Intéressés » ou encore « Très intéressés » par cette option. Ceci vient donc confirmer l'initiative de la CDCB d'offrir ce type de plateforme à ses organismes membres (www.avenuecitoyenne.ca). En plus d'être une version numérique de l'ancien bottin des membres de la CDCB, la plateforme Avenue Citoyenne est plus écologique, est facilement modifiable (dans le cas d'un changement d'adresse, par exemple), permet la publication d'articles ou d'événements par les membres et est accessible à tous via le Web.

De plus, plusieurs participants ont déclaré avoir de l'intérêt pour le service de références afin de les aider dans leurs différents projets de communication. Ce service consiste à fournir aux membres des références de professionnels dans le domaine du graphisme, de la conception Web, en image de marque, etc., et ce, à coût préférentiel en raison des

ressources financières limitées dans le milieu communautaire. Au total, 70,4 % des répondants se sont montrés « Intéressés » ou « Très intéressés » à obtenir ce service. Un service d'aide à l'élaboration d'un plan de communication (63 %), un service de consultation en gestion des réseaux sociaux (62,8 %) et un service d'infographie (59,2 %) sont également des services qui ont suscité de l'intérêt de la part des répondants.

Graphique 14

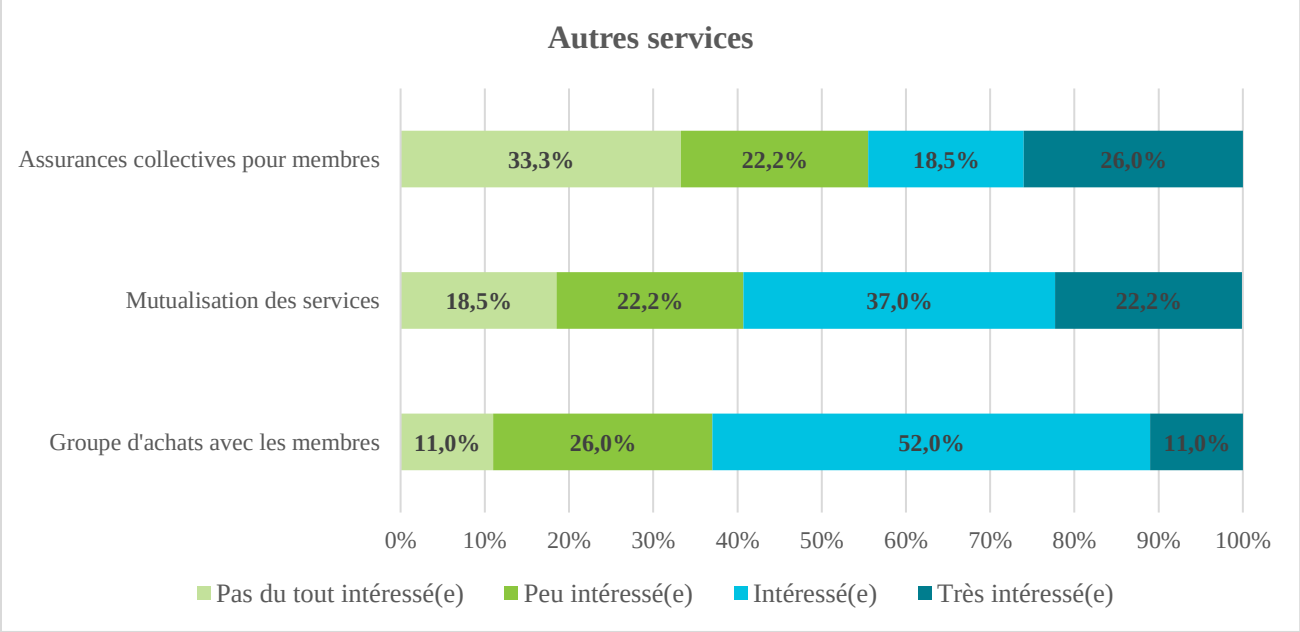


En ce qui concerne les services de développement des connaissances, on peut constater au graphique 14 qu'en moyenne 62,9 % des répondants (moyenne des cinq énoncés sur les formations) ont indiqué qu'ils sont soit « Intéressés » ou « Très intéressés » à suivre l'une des formations proposées dans le sondage. Les formations qui ont reçu le plus d'intérêt sont celles sur les outils technologiques (70,2 %; intéressés et très intéressés) et celles sur les outils de communication (70,5 %; intéressés et très intéressés). Deux autres services qui ont obtenu sensiblement le même niveau d'intérêt sont les formations sur la gouvernance et un centre de documentation, avec 66,5 % des participants ayant indiqué qu'ils sont « Intéressés » ou « Très intéressés » par ceux-ci. Le seul énoncé de cette catégorie où les

avis sont mitigés est celui concernant la formation sur la gestion financière. On peut observer que 51,9 % des participants ne sont « Pas du tout » ou « Peu intéressés » à suivre cette formation, comparativement à 48,1 % des répondants qui ont indiqué être « Intéressés » ou encore « Très intéressés ».

En somme, les services dans la catégorie de développement des connaissances, plus précisément les formations, affichent les plus hauts taux d'intérêt de la part des répondants. Ce type de services pourrait donc être exploité davantage afin d'augmenter l'offre de formations auprès des membres. D'ailleurs, il a été mentionné dans la section « Commentaires » du sondage qu'il serait intéressant d'offrir des formations plus avancées, car souvent les formations offertes sont pour les débutants, ce qui n'est pas toujours utile pour certains membres qui ont déjà acquis ces connaissances ou compétences.

Graphique 15



En observant le graphique 15, on remarque qu'une grande proportion des répondants sont « Intéressés » (52 %) ou « Très intéressés » (11 %) par la possibilité de faire partie d'un groupe d'achats avec les membres (total de 63 %). Ce service consiste en la création d'un groupe de membres qui effectuent des achats en grande quantité auprès de détaillants ou fournisseurs, ce qui leur permet de réaliser des économies. Ensuite, 59,2 % des participants

ont démontré de l'intérêt pour la mutualisation des services entre les organismes membres de la CDCB. Cette méthode implique une mise en commun des moyens, équipements matériels ou personnels de manière à optimiser l'accès à ces ressources et leur rentabilité (par le partage des coûts, frais d'entretien, assurance, réparation, etc.). Finalement, 55,6 % des répondants ont indiqué ne « Pas être du tout intéressés » ou « Peu intéressés » par un service d'assurances collectives pour les organismes membres.

7. Principaux besoins des membres

L'élément central de cette étude est d'identifier les besoins des membres, et ce, en vue de s'assurer que la CDCB réponde bien à ceux-ci par la mise en place des services qui leur sont utiles. Dans le sondage, les participants devaient répondre à la question suivante : *Selon vous, quel est le besoin le plus important de votre organisme auquel la CDCB peut répondre (en indiquer seulement 1) ?* Après avoir compilé les réponses obtenues, les besoins ont été classés en trois grandes catégories :

- Soutien (qui inclut le soutien technique, administratif et aux demandes de financement)
- Représentation et réseautage
- Informations

Ce sont 59,3 % des répondants qui ont indiqué que leur principal besoin se trouvait dans la catégorie « Soutien ». Parmi les réponses reçues appartenant à cette catégorie, le soutien administratif est ce qui revient le plus souvent (50 %), on retrouve notamment l'accompagnement au niveau de la gestion administrative, de la gouvernance et de la direction. Ces besoins ressortent également dans la section sur le développement des connaissances (graphique 14), où la formation sur la gouvernance et la boîte à outils pour les gestionnaires ont reçu beaucoup d'intérêt de la part des répondants. De plus, selon les réponses obtenues, l'aide apportée durant les AGA représente aussi un service important pour les membres Par ailleurs, l'aide à la production de documents administratifs et publicitaires ainsi que de l'aide dans la création d'un plan de communication sont des besoins qui ont également été mentionnés par des participants. Pour le soutien technique, les besoins se situent sur le plan informatique et d'aide aux logiciels (25 %). Finalement,

25 % des répondants ont indiqué que l'aide aux demandes de financement du CFSB était le besoin le plus important.

En ce qui concerne la catégorie « Promotion et réseautage », 22,2 % des répondants ont inscrit une réponse se classant dans cette catégorie. Parmi les besoins qui ont été mentionnés, on retrouve la promotion de la mission des organismes auprès des gens d'affaires, d'assurer une visibilité aux organismes membres de la CDCB ainsi que de continuer à travailler et collaborer avec les autres organismes du milieu.

En ce qui a trait à la catégorie « Informations », 37 % des réponses obtenues s'inscrivent dans cette catégorie. Parmi les réponses recueillies, on retrouve le besoin d'être plus en contact avec les autres organismes membres de la CDCB afin de mieux comprendre les services qu'ils offrent et ainsi pouvoir enrichir le réseau de ressources qu'ils peuvent proposer à leur clientèle. Par ailleurs, un(e) répondant(e) ressent aussi la nécessité de mieux comprendre les besoins des citoyens et citoyennes de la région afin de pouvoir adapter ses services en fonction de ceux-ci. Un autre besoin exprimé par certains répondants (20 %) est la possibilité de pouvoir accéder à un bottin. Deux types ont été mentionnés : 1) Un bottin des ressources; 2) Un bottin des subventions afin d'aider les organismes à poursuivre leur mission. Finalement, plusieurs participants ont mentionné qu'un contact régulier avec la CDCB était leur besoin le plus important (60 %). En effet, que ce soit pour la transmission d'informations générales, d'avoir un portrait d'ensemble de tous les services offerts par la CDCB, la concertation entre les organismes ou encore pour la possibilité de suivre des formations, le soutien et les services qu'offre la CDCB sont essentiels aux organismes membres.

Recommandations

Dans l'ensemble, les membres se sont déclarés satisfaits et même très satisfaits des services rendus par la CDCB. Bien qu'il soit important de s'adapter aux changements et aux nouveaux besoins des organismes, il semble que la CDCB ait déjà instauré une belle relation avec ses membres et leur fournit des services et du soutien qui répondent adéquatement à leurs attentes. Il est donc suggéré de maintenir cette approche tout en apportant de légères modifications aux services actuels et en ajoutant quelques services additionnels afin d'assurer une qualité de service exceptionnelle.

1. Formations

Dans l'ensemble, les formations semblent être un service très apprécié par les organismes membres. En effet, 11,1 % des organismes ont mentionné les formations comme étant une des sources principales de motivation à être membre de la CDCB. De plus, il y a un intérêt marqué pour la catégorie de services « Développement des connaissances » (graphique 14). Il pourrait donc être intéressant de développer un programme de formations plus élaboré afin de permettre aux organismes d'enrichir leurs diverses connaissances et compétences. La CDCB offre déjà des formations à ses membres, il serait donc bien de maintenir ce service et de possiblement l'augmenter (fréquence plus élevée).

Étant donné que les formations sur les outils technologiques (70,4 %), les outils de communications (70,4 %) et les formations sur la gouvernance (67 %) sont celles qui ont reçu le plus d'intérêt de la part des répondants, il est recommandé d'offrir ces formations en premier et ensuite d'élargir l'offre avec d'autres formations. De plus, il pourrait être utile d'offrir des formations de différents niveaux et non uniquement des formations pour débutants, car certains membres ont déjà acquis les connaissances de base dans divers domaines (ex. formations Excel niveaux 1, 2 et 3 offerts à des moments différents).

Un autre concept qui pourrait être instauré afin de répondre à ce besoin est le co-développement. Le co-développement est une approche de formation pour des personnes

qui croient pouvoir apprendre les unes des autres afin d'améliorer et de consolider leur pratique (Payette, 2000). La CDCB est un regroupement de plusieurs organismes, ceux-ci pourraient donc tirer profit des expertises de chacun sous forme de groupes de co-développement.

D'autres possibilités existent pour bonifier l'offre de formations, telles que les formations offertes par la Table Nationale des CDC, les parcours de formation offerts par le Groupe Moris, les formations Inter-CDC, les formations offertes par Communagir, par Bénévoles d'Expertise, par Dynamo ainsi que le CAB Aide 23. Plusieurs thèmes de formation seraient intéressants à explorer, comme : la vie démocratique / associative des organismes, comment dynamiser une équipe de travail, comment dynamiser les liens avec le C.A et les bénévoles, Office 365, et plus encore.

2. Boîte à outils

La boîte à outils pour les gestionnaires est un autre service proposé ayant reçu de l'intérêt de la part des répondants. Ce sont 63 % des participants qui ont indiqué être « Intéressés » ou « Très intéressés » par cette ressource (graphique 14). Il pourrait donc être intéressant pour la CDCB de développer ce service en sondant ses membres afin de savoir quels outils leur seraient utiles. Par exemple, la boite à outils pourrait contenir des documents informatifs sur divers thèmes, tels que les ressources humaines (recrutement, sélection du personnel, supervision d'une équipe, évaluation du personnel, politique salariale, etc. ; voir la boîte à outils de Entreprises Québec). Elle pourrait également offrir l'accès à certains modèles de documents (ex. : modèle d'un contrat d'embauche, d'une politique des ressources humaines, d'une facture, etc.) que les membres pourraient télécharger et utiliser.

Compte tenu que plusieurs partenaires de la CDCB offrent déjà des boites à outils, la CDCB pourrait également pourvoir un lien Web à celles-ci. Par exemple, le Comité sectoriel de main-d'œuvre de l'économie sociale et de l'action communautaire [CSMO-ÉSAC] offre une variété de boîtes à outils et formations abordant différents thèmes, comme la gouvernance démocratique, la gestion financière, la gestion du changement, etc. Pour les

ressources qui sont payantes, la CDCB pourrait explorer la possibilité d'instaurer un partenariat pour ses membres afin de diminuer les coûts afférents.

3. Consultation en gestion des ressources humaines

Le service de consultation en gestion des ressources humaines a suscité de l'intérêt chez 63,2 % des répondants (graphique 12). Il est important de préciser que la CDCB offre déjà du soutien auprès de ses membres dans leur gestion des ressources humaines. En effet, le directeur de la Corporation offre des rencontres et des conseils lorsqu'un organisme en a besoin. Il se pourrait donc que ce service ne soit pas suffisamment connu auprès des membres de la CDCB et qu'il faudrait le promouvoir davantage.

Toutefois, lorsque la CDCB n'est pas en mesure de conseiller adéquatement un membre (situation plus complexe ou délicate), il serait intéressant de pouvoir référer l'organisme à une ressource externe. Par exemple, la CDCB pourrait solliciter les services d'un consultant en gestion des ressources humaines afin de former une sorte de partenariat. Une possibilité serait que la CDCB achète une banque d'heures et lorsqu'un organisme a besoin de consultation, il aurait accès à cette ressource à prix réduit. Le tarif pourrait être réparti 50-50 : une moitié serait payée par la CDCB et l'autre moitié par l'organisme. Une autre formule serait que l'organisme bénéficie d'une première heure de consultation gratuitement et qu'il paie pour les heures de consultation subséquentes. Dans les cas où l'organisme n'aurait pas les moyens de payer pour la consultation, il pourrait y avoir un budget alloué permettant ainsi à la CDCB de couvrir les frais.

Plusieurs organisations offrent des formations et boîtes à outils sur la gestion des ressources humaines. Ces éléments ont été abordés dans les deux sections précédentes. Ces outils soutiendraient les organismes dans leur gestion des ressources humaines, en résolvant parfois les problèmes sans qu'il s'avère nécessaire de faire appel à des consultants. D'autres organismes qui pourraient soutenir les membres dans ce domaine sont le Carrefour Jeunesse-Emploi de Montmorency, le GIT ainsi que l'APE (Atelier de Préparation à l'Emploi), entre autres. Finalement, il y aurait également la possibilité que les organismes fassent appel à l'expertise des autres membres de la CDCB.

4. Consultation en gestion des réseaux sociaux

Un service de consultation en gestion des réseaux sociaux a suscité de l'intérêt chez 63 % des répondants (graphique 13). Les réseaux sociaux représentent un canal de communication et de promotion très intéressant car il est possible de rejoindre un grand nombre de personnes à peu, voire aucun coût. De plus, cela permet aux organismes de rester en contact avec leurs membres. D'ailleurs, pour certains organismes qui n'ont pas de site Internet, les réseaux sociaux représentent leur principale présence sur le Web. Il est donc important qu'ils maîtrisent suffisamment les différentes fonctions et stratégies des plateformes sociales afin d'augmenter leur visibilité et rayonnement sur le territoire, tout en étant conscients des limites et pièges que les réseaux sociaux peuvent représenter.

L'agente aux communications de la CDCB détient une bonne connaissance des réseaux sociaux. Celle-ci pourrait offrir aux membres des séances de formation, des tutoriels ou encore des guides d'utilisation. Toutefois, il est important de prendre en compte la rapidité à laquelle les réseaux sociaux évoluent et que ces divers documents seraient à revoir sur une base régulière.

Pour des besoins plus spécifiques ou complexes, la CDCB pourrait établir une entente avec un expert en gestion des réseaux sociaux pour que les organismes puissent avoir accès à cette ressource. Dans le même ordre d'idées de la section précédente (*Consultation en gestion des ressources humaines*), il pourrait s'avérer intéressant d'acheter une banque d'heures afin d'offrir la possibilité aux membres de bénéficier de ces services à prix réduit. Encore une fois, offrir des formations ou des boîtes à outils sur le thème des réseaux sociaux serait également bénéfique pour les membres.

5. Aide à l'élaboration d'un plan de communication

Le service d'aide à l'élaboration d'un plan de communication a lui aussi attiré l'intérêt des répondants (63 % ; graphique 13). Les communications peuvent se manifester de plusieurs façons : contenu sur le site Web, publications sur les réseaux sociaux, affiches, courriels, infolettres, brochures, etc. Une panoplie d'opportunités s'offre aux membres, il pourrait

donc être intéressant d'explorer les différentes possibilités pour les assister dans leurs communications. Pour ce faire, la CDCB pourrait offrir des formations annuellement concernant les plans de communication. Puisqu'un plan de communication est évolutif, des formations continues pourraient être offertes aux membres qui en ont besoin. De plus, un accompagnement individuel pourrait être fourni aux organismes qui ont un besoin spécifique. Enfin, la CDCB pourrait encore une fois établir une entente avec une ressource externe permettant une réduction du coût pour les membres.

6. Groupe d'achats / mutualisation des services

Les membres ont également démontré de l'intérêt pour la mise en place d'un groupe d'achats (63 % ; graphique 15). De ce fait, il pourrait être intéressant de former des partenariats avec diverses institutions ou commerces afin qu'ils puissent bénéficier d'un rabais corporatif. La CDCB serait responsable d'effectuer les démarches auprès des différentes organisations et pourrait ainsi créer une banque de fournisseurs à prix réduits. Par exemple, il pourrait y avoir une entente avec Les Copies du Pavois pour la réalisation de photocopies à gros volume et les membres de la CDCB pourraient bénéficier d'un rabais de 5 % à 10 % sur leurs impressions.

Une autre possibilité serait la formation de groupes pour effectuer des achats en grande quantité. Souvent, il est possible de bénéficier de rabais lorsqu'une grande commande est placée auprès d'un fournisseur. Par exemple, plusieurs organismes pourraient former un groupe pour réaliser l'achat de papier pour leurs impressions. Ainsi, une palette de papier pourrait commandée, permettant la réduction du prix à l'unité. Ceci serait également utile pour l'achat de licences de divers logiciels car les coûts pourraient être partagés entre plusieurs organismes.

Ce type d'entente pourrait aussi être appliqué auprès de fournisseurs de services, tels que les assurances, la comptabilité, une secrétaire virtuelle, un graphiste, etc., dans une perspective de mutualisation des services.

7. Courriels de la CDCB

Le graphique 11 a permis de mettre en lumière l'insatisfaction de quelques répondants quant aux courriels envoyés par la CDCB, que ce soit pour la fréquence ou encore pour le contenu des courriels. Selon les suggestions de certains répondants, il serait préférable d'envoyer un nombre limité de courriels par semaine, environ deux à trois courriels hebdomadairement. Par exemple, il pourrait y avoir un courriel hebdomadaire qui se nommerait *Info-CDCB* qui regrouperait toutes les informations concernant la CDCB (ses activités, ses Tables) ainsi que des informations à propos des membres. Ensuite, il pourrait y avoir un deuxième courriel hebdomadaire qui se nommerait *Info-Divers* qui regrouperait les informations provenant d'autres sources, telles que la Ville de Québec, le CIUSSS, les instances gouvernementales, etc. En ce qui concerne les informations provenant de ces derniers (Ville de Québec, CIUSSS, etc.), il est malheureusement difficile de mettre en place un système permettant aux membres de sélectionner les informations qu'ils souhaitent recevoir. C'est pourquoi il est proposé de joindre leurs différents courriels en un seul communiqué afin de limiter le nombre de courriels reçus en double ou en triple par les membres. De cette façon, uniquement les personnes voulant consulter ces nouvelles le pourront et cela évitera d'alourdir leur gestion des courriels.

Il serait également intéressant de créer plusieurs listes d'envoi afin de mieux cibler les destinataires. Ainsi, en ayant différentes listes d'envoi (ex. : Priorités; Ville; etc.), les informations reçues seraient davantage personnalisées et pertinentes pour les destinataires.

8. Déjeuners Intercom (Inter Zoom)

On peut voir au graphique 11 que la majorité des répondants sont « Satisfaits » ou « Très satisfaits » des thèmes des déjeuners Intercom (81,5 %). La proportion restante, c'est-à-dire l'autre 18,5 %, a indiqué « Ne s'applique pas », ce qui signifie que ces répondants ne participent pas aux déjeuners Intercom. Selon ces résultats, il est possible de croire que 100 % des organismes qui participent aux déjeuners sont « Satisfaits » ou « Très satisfaits » des thèmes, ce qui démontre la pertinence de cette activité.

Toutefois, il faut tout de même considérer les 18,5 % qui ne participent pas aux déjeuners. Une des raisons évoquées par les répondants est qu'il ne leur est pas possible d'y assister car les déjeuners Intercom sont toujours le matin, moment où certains organismes ne sont pas disponibles car ils ont déjà des activités avec leur clientèle. Une participante a même mentionné qu'elle trouve cela dommage, car elle souhaiterait y participer parfois. Il serait donc intéressant de tenir à l'occasion les déjeuners à une autre plage horaire afin de permettre à ces organismes de pouvoir y assister. Si cela n'est pas possible, une autre solution serait d'offrir l'enregistrement des déjeuners lorsqu'un membre en fait la demande.

9. Bottin électronique des organismes

Puisque l'énoncé concernant le développement d'un bottin des organismes sur le Web est celui ayant reçu le plus d'intérêt de la part des répondants (85,1 % ; graphique 13), il est recommandé que la CDCB poursuive son initiative de développer cet outil : Avenue Citoyenne (www.avenuecitoyenne.ca). Depuis 1990, la CDCB (anciennement le ROSCB – Regroupement des organismes sociocommunautaires de Beauport) offre à ses membres un bottin des organismes, cependant, celui-ci était originellement distribué en format papier. D'années en années, le bottin demeure un outil très apprécié par les membres. Toutefois, l'une des grandes lacunes du bottin format papier est qu'il n'est pas simple à mettre à jour (ex. : nouveaux membres, membres sortants, changement de coordonnées, etc.) car cela exige une nouvelle impression et distribution. De plus, le bottin en format papier n'est pas distribué à grande échelle, donc seules les personnes ciblées directement le reçoivent.

Avec le nouveau bottin électronique (Avenue Citoyenne), toute personne ayant accès à Internet pourra effectuer une recherche et trouver les organismes répondant à ses besoins. Un autre avantage de cet outil est que chaque organisme membre dispose d'un accès (compte utilisateur), lui permettant de publier des articles ou d'y afficher ses activités dans le calendrier d'événements. De plus, il sera beaucoup plus facile d'effectuer les mises à jour nécessaires, car la CDCB détient les accès d'administrateur et peut réaliser des modifications sur le site Web à tout moment.

10. Système CRM (Customer Relationship Management)

À la suite de l'analyse des résultats concernant le niveau de satisfaction des organismes à l'égard du soutien et des services offerts actuellement par la CDCB (graphiques 10 et 11), il est possible de constater que les répondants sont, de façon générale, « Satisfaits » ou « Très satisfaits » (89,7 % pour les prises de contact et 57,6 % pour les services et le soutien). Il est important de rappeler qu'un grand nombre de répondants a indiqué « Ne s'applique pas » pour ces énoncés, signifiant qu'ils n'ont pas recours à ces différents services. Ainsi, pour la proportion des répondants qui y ont recours, la majorité en sont satisfaits. Cependant, dans une démarche d'amélioration continue, et ce, afin de s'assurer de répondre adéquatement aux besoins des membres, il serait intéressant d'implanter un système CRM.

Un système CRM (*Customer Relationship Management*) ou Gestion de relation client est un outil qui a été spécialement conçu pour améliorer les relations entre les entreprises et ses clients, pour recueillir et analyser diverses informations dans le but d'optimiser la gestion du temps et pour permettre la centralisation des données. Plus spécifiquement, un CRM est un outil (logiciel) informatique qui permet de réunir les informations des clients (dans le cas de la CDCB, des membres) en un seul endroit et ainsi faciliter le suivi de chaque dossier par tous les employés de l'organisation.

Avec un CRM, il serait possible d'y inscrire tous les changements qui surviennent chez les membres (nouvel employé, changement de coordonnées, etc.), de noter les différentes demandes ou besoins des organismes, d'y inscrire les activités auxquelles ils participent, de faire la comptabilisation des photocopies ou d'autres services desquels ils auraient bénéficié, et ce, tout au même endroit. Cela simplifierait grandement la tâche de mise en commun des informations au sein de la CDCB. Toutefois, l'implantation d'un système CRM peut s'avérer complexe et dispendieux, il est donc important de prendre en compte tous les facteurs afin de déterminer si cela est avantageux pour la Corporation.

Pour plus d'information sur les systèmes CRM, vous pouvez consulter : Microsoft Dynamics 365, Salesforce, Gestisoft, Wikipédia.

Conclusion

Sur le territoire québécois, il y a 67 Corporations de développement communautaire qui accompagnent et soutiennent plus de 2 500 organismes communautaires. Le réseau et ses membres interviennent dans une multitude de domaines, principalement la lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale, la santé, l'éducation, l'emploi, la défense des droits ainsi que le logement (TNCDC, 2021). Les CDC jouent un rôle essentiel en matière de développement social et communautaire dans leur milieu.

Parmi les 10 volets d'intervention des CDC, on retrouve le soutien et les services aux membres qui se rapporte aux services directs qu'elles offrent aux organismes communautaires de leur territoire. Ces services permettent aux organismes de bénéficier de différentes formations, de représentation, de réseautage, de soutien technique, de service-conseil, d'avoir accès à divers outils et logiciels, et plus encore ! C'est pourquoi il est important de s'assurer que les services offerts correspondent aux différents besoins des membres.

La présente démarche aura permis de connaître les différentes possibilités de services qui peuvent s'offrir aux organismes ainsi que de mieux comprendre les besoins des membres en termes de soutien et de services. Dans une optique d'amélioration continue, la Corporation de développement communautaire de Beauport s'engage à revoir et à bonifier son offre de services afin de mieux soutenir ses membres dans leurs différentes missions, et ce, par un plan d'action qui s'échelonnera sur plusieurs années.

La CDCB, forte de sa communauté !

Ce présent rapport a été déposé au C.A. de la CDCB le 12 octobre 2021.

Remerciements

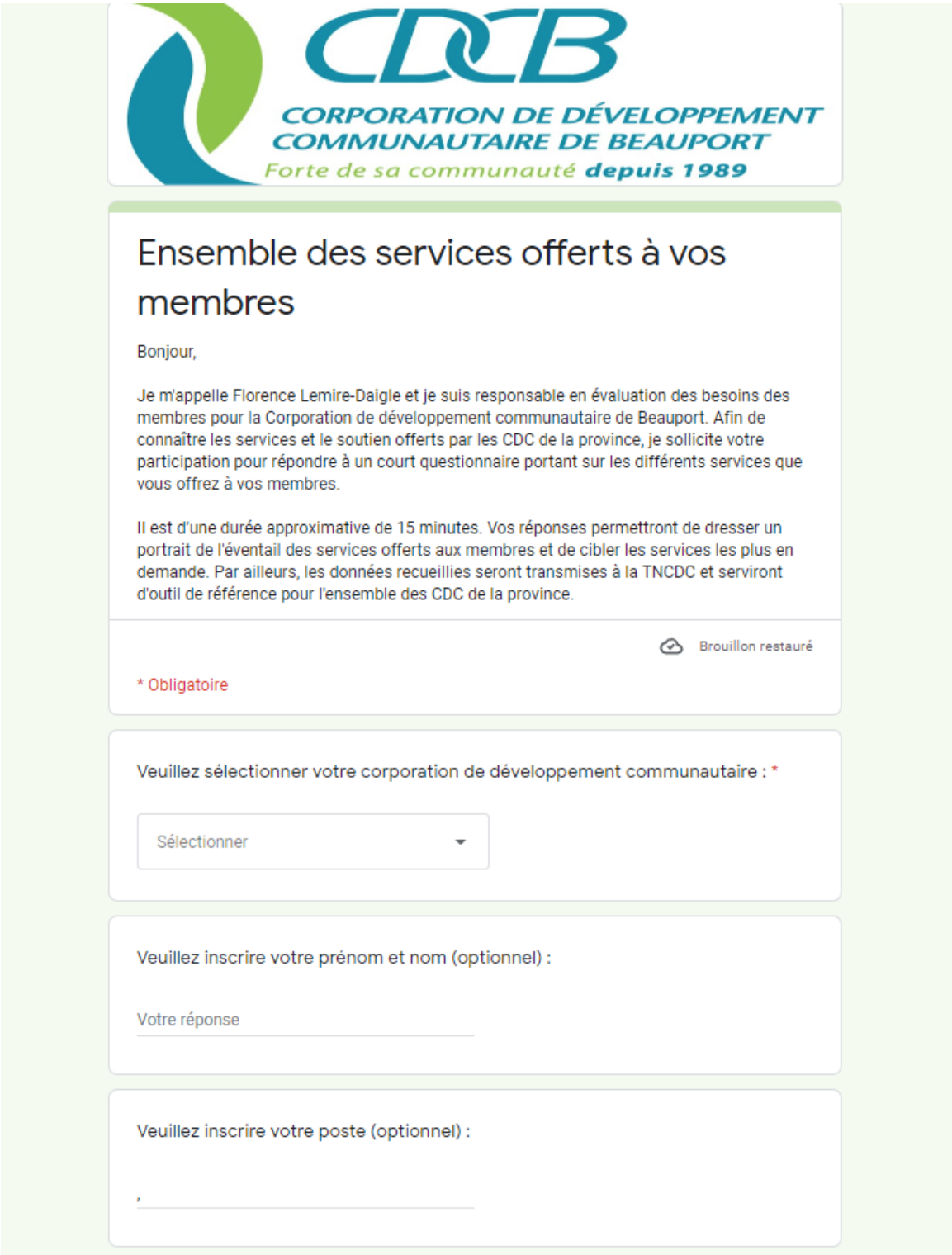
Nous tenons à remercier tous les acteurs qui auront permis la réalisation de ce projet :

- Merci à la Table Nationale des CDC pour votre appui et soutien.
- Merci à toutes les CDC qui ont pris part au sondage, vos réponses ont été enrichissantes et inspirantes !
- Merci à tous les organismes membres de la CDCB qui ont généreusement offert de leur temps pour nous nourrir en information et en suggestions. Sans vous, ce projet n'aurait pu être réalisé !
- Finalement, nos sincères remerciements à Florence Lemire-Daigle et à Amanda Roy qui ont travaillé pendant plusieurs mois afin de collecter des données, analyser les résultats et rédiger ce rapport riche en informations !

Pour plus d'information, contactez la CDCB à info@cdcbeauport.ca ou la TNCDC à info@tncdc.qc.ca.

Annexes

Questionnaire administré aux Corporations de développement communautaire



Membership

Dans cette section, les questions portent sur l'adhésion des organismes à votre CDC. Veuillez sélectionner les choix qui s'appliquent à votre CDC.

Quels sont les avantages pour un organisme à devenir membre d'une CDC ? *

- [ ] En raison des services aux membres
- [ ] La concertation et développement
- [ ] Réseautage
- [ ] Autre : _____

Est-ce que vos membres paient une cotisation annuelle ? *

- ◯ Oui
- ◯ Non
- ◯ Autre : _____

Si vos membres paient une cotisation annuelle, veuillez inscrire le montant et la méthode de fixation du coût (prix fixe, pourcentage du financement de base, etc.).

Votre réponse

Précédent Suivant Effacer le formulaire

Offre de services et de soutien

Dans cette section, les questions portent sur les services que vous offrez à vos membres. Veuillez sélectionner tous les services qu'offre votre CDC.

Service de bureautique et d'édition *

- [ ] Service de photocopies
- [ ] Offre d'un crédit pour des photocopies
- [ ] Service d'édition (boudinage, brochage, plastification, etc.)
- [ ] Aucun
- [ ] Autre : _____

Soutien professionnel *

- [ ] Gestion des ressources humaines (embauche, politique de gestion des ressources humaines, etc.)
- [ ] Révision des règlements généraux
- [ ] Révision de documents (ex: Code d'éthique)
- [ ] Accompagnement des organismes en processus d'amélioration des services
- [ ] Planification stratégique / plan d'action / réorganisation
- [ ] Demande et recherche de financement
- [ ] Soutien technique (ex : Zoom, créer un sondage en ligne, développer un site Web, etc.)
- [ ] Conférence de presse des organismes (préparation, animation, etc.)
- [ ] Soutien de démarrage d'organismes
- [ ] Consolidation d'organismes communautaires (organisationnel)
- [ ] Représentation des organismes auprès des instances politiques (municipale, provinciale, etc.)
- [ ] Aucun
- [ ] Autre : _____

Formation *

- [ ] Informatique et outils technologiques
- [ ] Gestion et ressources humaines
- [ ] Recherche et demandes de subventions
- [ ] Programme de mentorat
- [ ] Formation de bénévoles
- [ ] Aucun
- [ ] Autre : _____

AGA d'organisme *

- [ ] Assistance à l'organisation d'AGA
- [ ] Animation d'AGA
- [ ] Participation / présence aux AGA
- [ ] Aide dans l'organisation des élections (ex : Zoom)
- [ ] Aucun
- [ ] Autre : _____

Prêt de matériel / location de salle et équipement *

- [ ] Projecteur multimédia
- [ ] Écran de projection
- [ ] Ordinateur portable
- [ ] Système de son portatif
- [ ] Perforatrice
- [ ] Relieuse
- [ ] Plastifieuse
- [ ] Location de salle (pour réunion, C.A., etc.)
- [ ] Location d'un réfrigérateur ou congélateur
- [ ] Location d'un espace de rangement (ex : pour les organismes ayant des activités de cuisines collectives)
- [ ] Aucun
- [ ] Autre : _____

Faciliter l'accès à des produits et services *

- [ ] Former des groupes d'achats (fournitures de bureau, livres de référence, etc.)
- [ ] Collectivisation des ressources et des équipements (service de comptabilité, matériel informatique, etc.)
- [ ] Entente de partenariat avec des professionnels (avocat, menuiser, commissaire à l'assermentation, etc.)
- [ ] Aucun
- [ ] Autre : _____

Communications et réseautage *

- [ ] Rencontres sur une base régulière avec les membres (ex : hebdomadaires, mensuelles, etc.)
- [ ] Groupe de soutien moral
- [ ] Bulletin périodique (ex : infolettre)
- [ ] Babillard électronique des membres (ex : partage dans le réseau de webinaires, d'offre d'emplois, de conférences, etc., par courriel, sur Facebook ou autres)
- [ ] Plateforme de communication (site Web / répertoire des membres, bottin électronique des membres, etc.)
- [ ] Bottin des membres format papier
- [ ] Réseaux sociaux (Instagram, Facebook, Twitter, etc.)
- [ ] Aucun
- [ ] Autre : _____

Autres services *

- [ ] Assurance collective pour les membres
- [ ] Banque de bénévoles pour les organismes membres
- [ ] Redistribution de dons (matériel et autres)
- [ ] Publication d'outils d'aide (ex : guide d'utilisation d'un logiciel informatique)
- [ ] Centre de documentation
- [ ] Aucun
- [ ] Autre : _____

Selon vous, quels sont les services qui connaissent le plus de succès auprès de vos membres ? Pourquoi ? *

Votre réponse

Prévoyez-vous offrir des nouveaux services selon les besoins émergents de vos membres? Si oui, lesquels ?

Votre réponse

Si vous aviez un budget illimité, quels services souhaiteriez-vous offrir à vos membres ?

Votre réponse

Précédent Suivant Effacer le formulaire

Contact avec les membres

Dans cette section, les questions portent sur vos communications avec vos membres. Veuillez sélectionner les choix qui s'appliquent à votre CDC.

Par quels moyens gardez-vous contact avec vos membres ? *

- [ ] Appels téléphoniques
- [ ] Courriels
- [ ] Rencontres
- [ ] Autre : _____

À quelle fréquence communiquez-vous avec vos membres ? *

- [ ] À toutes les semaines
- [ ] À toutes les deux semaines
- [ ] À tous les mois
- [ ] Autre : _____

De quelles façons vous informez-vous des besoins de vos membres ?

Votre réponse

Commentaires

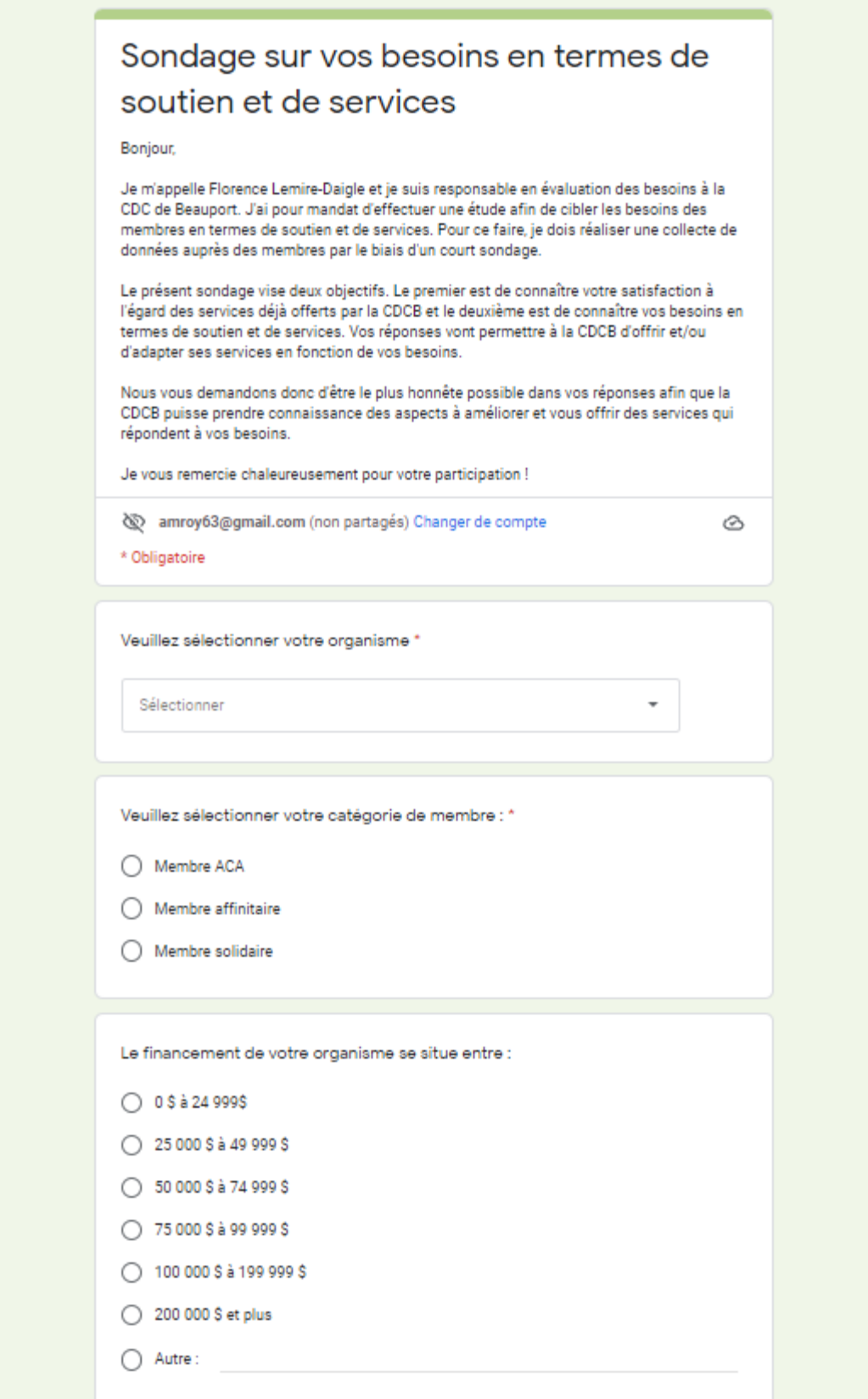
Si vous le désirez, vous pouvez inscrire des commentaires supplémentaires.

Commentaires :

Votre réponse

Précédent | Envoyer | Effacer le formulaire

Questionnaire administré aux organismes membres de la CDCB



Sondage sur vos besoins en termes de soutien et de services

Bonjour,

Je m'appelle Florence Lemire-Daigle et je suis responsable en évaluation des besoins à la CDC de Beauport. J'ai pour mandat d'effectuer une étude afin de cibler les besoins des membres en termes de soutien et de services. Pour ce faire, je dois réaliser une collecte de données auprès des membres par le biais d'un court sondage.

Le présent sondage vise deux objectifs. Le premier est de connaître votre satisfaction à l'égard des services déjà offerts par la CDCB et le deuxième est de connaître vos besoins en termes de soutien et de services. Vos réponses vont permettre à la CDCB d'offrir et/ou d'adapter ses services en fonction de vos besoins.

Nous vous demandons donc d'être le plus honnête possible dans vos réponses afin que la CDCB puisse prendre connaissance des aspects à améliorer et vous offrir des services qui répondent à vos besoins.

Je vous remercie chaleureusement pour votre participation !

amroy63@gmail.com (non partagés) Changer de compte

* Obligatoire

Veuillez sélectionner votre organisme *

Sélectionner

Veuillez sélectionner votre catégorie de membre : *

- Membre ACA
- Membre affinitaire
- Membre solidaire

Le financement de votre organisme se situe entre :

- 0 $ à 24 999$
- 25 000 $ à 49 999 $
- 50 000 $ à 74 999 $
- 75 000 $ à 99 999 $
- 100 000 $ à 199 999 $
- 200 000 $ et plus
- Autre :

Adhésion / cotisation

Les prochaines questions portent sur votre adhésion et la cotisation annuelle.

Quelles sont vos motivations à être membre de la CDCB ? *

Votre réponse

Selon vous, la cotisation annuelle représente-t-elle un frein à l'adhésion ? *

- ◯ Oui
- ◯ Non
- ◯ Préfère ne pas répondre

Selon vous, le coût de la cotisation annuelle est-il approprié en fonction des avantages offerts par la CDC ? *

- ◯ Oui
- ◯ Non
- ◯ Préfère ne pas répondre

Commentaires (le cas échéant) :

Votre réponse

Précédent Suivant Effacer le formulaire

Niveau de satisfaction - Prises de contact

Les énoncés suivants portent sur vos prises de contact avec la CDCB. Veuillez indiquer votre degré de satisfaction pour chaque énoncé.

IMPORTANT : 1 = Très insatisfait(e) ; 5 = Très satisfait(e)

Si vous n'entrez pas en contact avec la CDCB, indiquez "Ne s'applique pas" .

Veuillez indiquer votre degré de satisfaction pour chaque énoncé : *

	1 : Très insatisfait(e)	2 : Insatisfait(e)	3 : Ni insatisfait(e) / ni satisfait(e)	4 : Satisfait(e)	5 : Très satisfait(e)	Ne s'applique pas
1) Facilité à trouver les bureaux de la CDCB	○	○	○	○	○	○
2) Facilité à entrer en contact avec un employé de la CDCB par téléphone	○	○	○	○	○	○
3) Facilité à entrer en contact avec un employé de la CDCB par courriel	○	○	○	○	○	○
4) Rapidité des retours d'appel par un employé de la CDCB	○	○	○	○	○	○
5) Rapidité des retours de courriel par un employé de la CDCB	○	○	○	○	○	○

Si vous avez sélectionné "Très insatisfait(e)" ou "Insatisfait(e)" à un ou plusieurs énoncés, veuillez expliquer en quelques mots les raisons de votre insatisfaction :

Votre réponse

Niveau de satisfaction - Soutien et services offerts actuellement par la CDCB

Les énoncés suivants portent sur le soutien et les services offerts actuellement par la CDCB. Veuillez indiquer votre degré de satisfaction pour chaque énoncé.

IMPORTANT : 1 = Très insatisfait(e) ; 5 = Très satisfait(e)

Si vous n'avez pas eu recours à un service, indiquez "Ne s'applique pas" .

Veuillez indiquer votre degré de satisfaction pour chaque énoncé : *

	1 : Très insatisfait(e)	2 : Insatisfait(e)	3 : Ni insatisfait(e) / ni satisfait(e)	4 : Satisfait(e)	5 : Très satisfait(e)	s'ap p
1) La qualité des impressions (lorsque vous faites faire des impressions par la CDCB)	◯	◯	◯	◯	◯	
2) La rapidité à obtenir vos impressions	◯	◯	◯	◯	◯	
3) L'accompagnement offert par la CDCB (ex. : aide demande de financement, aide dans des démarches administratives, etc.)	◯	◯	◯	◯	◯	
4) La disponibilité des salles de réunion (pré-covid)	◯	◯	◯	◯	◯	
5) L'aménagement des salles de réunion	◯	◯	◯	◯	◯	
6) L'accompagnement offert par la CDCB lors vos AGA	◯	◯	◯	◯	◯	
7) La fréquence des déjeuners Intercom (Inter-Zoom)	◯	◯	◯	◯	◯	

8) Les thèmes des déjeuners Intercom (Inter-Zoom)	○	○	○	○	○	
9) La fréquence des courriels d'information envoyés par la CDCB	○	○	○	○	○	
10) La pertinence des informations contenues dans les courriels de la CDCB	○	○	○	○	○	
11) La fréquence des formations offertes par la CDCB	○	○	○	○	○	
12) Les thèmes des formations offertes par la CDCB	○	○	○	○	○	

Cette question nécessite une réponse par ligne

Si vous avez sélectionné "Très insatisfait(e)" ou "Insatisfait(e)" à un ou plusieurs des énoncés, veuillez expliquer en quelques mots les raisons de votre insatisfaction :

Votre réponse

Précédent Suivant Effacer le formulaire

Vos besoins

Parmi les services énumérés ci-bas, veuillez indiquer votre niveau d'intérêt pour chaque service.

IMPORTANT : 1 = Pas du tout intéressé(e) ; 4 = Très intéressé(e)

SERVICES ADMINISTRATIFS *

	1 : Pas du tout intéressé(e)	2 : Peu intéressé(e)	3 : Intéressé(e)	4 : Très intéressé(e)
1) Un service de production de documents administratifs (rapports, formulaires, guides, etc.)	○	○	○	○
2) Un service de révision de documents (lettres, communiqués, rapports, etc.)	○	○	○	○
3) Un service de comptabilité	○	○	○	○
4) Un service de soutien en informatique (réponses à des problèmes de fonctionnement des systèmes d'exploitation, de logiciels, etc.)	○	○	○	○
5) Un service de consultation en gestion des ressources humaines (recrutement, gestion de changement, mobilisation du personnel, etc.)	○	○	○	○

Veuillez indiquer d'autres services administratifs qui vous intéressent ou inscrire des commentaires (le cas échéant) :

Votre réponse

SERVICES DE COMMUNICATIONS ET MARKETING *

	1 : Pas du tout intéressé(e)	2 : Peu intéressé(e)	3 : Intéressé(e)	4 : Très intéressé(e)
1) Un service d'infographie (affiches, dépliants, etc.)	○	○	○	○
2) Un service d'aide à l'élaboration d'un plan de communication (identifier les groupes cibles, les objectifs de la communication, les moyens et canaux, etc.)	○	○	○	○
3) Service d'aide en développement d'image de marque (logo - image d'entreprise/d'organisme)	○	○	○	○
4) Guide pour la création de contenus publicitaires (affiches, montages photos, etc.)	○	○	○	○
5) Un service de consultation en gestion des réseaux sociaux (animation des réseaux sociaux, fréquence de publication, etc.)	○	○	○	○
6) Un service d'aide à l'élaboration d'un calendrier de publication (réseaux sociaux)	○	○	○	○
7) Développement d'un bottin des organismes sur le Web (site Internet / répertoire des organismes)	○	○	○	○
8) Références pour différents projets de communication (ex. : développement/mise à jour d'un site Web)	○	○	○	○

Veuillez indiquer d'autres services de communications et marketing qui vous intéressent ou inscrire des commentaires (le cas échéant) :

Votre réponse

DÉVELOPPEMENT DES CONNAISSANCES *

	1 : Pas du tout intéressé(e)	2 : Peu intéressé(e)	3 : Intéressé(e)	4 : Très intéressé(e)
1) Formation sur les outils de communication (site Web, réseaux sociaux, etc.)	○	○	○	○
2) Formation sur les outils technologiques (ordinateurs, logiciels, outils Google/Microsoft, Zoom, etc.)	○	○	○	○
3) Formation sur la gestion financière	○	○	○	○
4) Formation sur la gestion du personnel / le leadership	○	○	○	○
5) Formation sur la gouvernance	○	○	○	○
6) Accès à une boîte à outils pour les gestionnaires (grilles d'analyse, modèles de formulaires, fiches explicatives, etc.)	○	○	○	○
7) Accès à un centre de documentation (livres de référence, annuaire des subventions, guides d'utilisation de logiciels informatiques, etc.)	○	○	○	○

Veuillez indiquer d'autres services de développement des connaissances qui vous intéressent ou inscrire des commentaires (le cas échéant) :

Votre réponse

AUTRES SERVICES *

	1 : Pas du tout intéressé(e)	2 : Peu intéressé(e)	3 : Intéressé(e)	4 : Très intéressé(e)
1) Groupe d'achat avec les organismes membres	○	○	○	○
2) Mutualisation des services	○	○	○	○
3) Assurances collectives pour les organismes membres	○	○	○	○

Veuillez indiquer d'autres services qui vous intéressent ou inscrire vos commentaires (le cas échéant) :

Votre réponse

Selon vous, quel est le besoin le plus important de votre organisme auquel la CDCB peut répondre (en indiquer seulement 1) ? *

Votre réponse

Seriez-vous ouvert(e) à l'idée de payer une cotisation annuelle plus élevée (pour un maximum de 100 $), sachant que celle-ci serait entièrement dédiée aux services aux membres ? *

- ○ Oui
- ○ Non
- ○ Préfère ne pas répondre

Précédent Envoyer Effacer le formulaire