

Mission

Le Verbe témoigne de l'espérance chrétienne dans l'espace médiatique en conjuguant foi catholique et culture contemporaine.

- Assurer une présence chrétienne médiatique
- Évangéliser la culture
- Former à l'intelligence de la foi
- Présenter des témoins du Christ
- Bâtir des ponts entre croyants et non-croyants
- Favoriser le dialogue entre Église et société

Compétences distinctives

- 46 ans d'existence
- Équipe permanente engagée et innovante
- Grande capacité à réorienter et adapter ses activités rapidement
- Professionnalisme
- Graphisme et créativité
- Communications efficaces
- Capacité d'exploiter l'humour
- Large bassin de pigistes
- Réseaux sociaux développés
- Service à la clientèle assidu
- Recherche de financement continue

Tournants décisifs

- 2015** – Lancement du magazine *Le Verbe*.
 - Mise en ligne du site le-verbe.com.
 - L'équipe compte 5 personnes.
- 2016** – Les publications deviennent gratuites.
 - Le magazine se scinde en deux pour mieux répondre aux besoins de clientèles différentes (croyantes et aux périphéries).
 - Début de la distribution gratuite du magazine en présentoirs.
 - Lancement de l'émission hebdomadaire *On n'est pas du monde*.
- 2019** – La mission est reformulée.
 - L'émission de radio est désormais offerte en format balado.
 - Déménagement dans de nouveaux locaux.
- 2020** – Changement de fréquence de la publication : six magazines par année et deux numéros spéciaux exclusifs aux abonnés.
- 2021** – Aménagement de deux studios d'enregistrement multimédia.
 - L'émission de radio est désormais offerte en format vidéo.
 - Lancement de capsules vidéos TÉMOINS.
 - L'équipe compte 10 personnes.

Stratégies et tactiques

Objectif stratégique : Augmenter le rayonnement **1**

Afin de rejoindre un nouvel auditoire en dehors des réseaux habituels croyants et d'augmenter la portée des activités régulières de l'organisme, il faut accroître son déploiement et fidéliser l'auditoire.

OBJECTIFS GÉNÉRAUX

1. Faciliter l'accès aux productions et fidéliser l'auditoire.
2. Faire connaître l'organisme au public.
3. Augmenter la qualité de l'offre de services.
4. Varier l'offre de services.

MOYENS	ACTIVITÉS/EXPLICATIONS
1. Faciliter l'accès aux productions et fidéliser l'auditoire	
1.1 Distribution du magazine en présentoirs	Poursuivre l'objectif de distribuer 132000 ex. par année et élargir le territoire de distribution.
1.2 Distribution du magazine en milieux chrétiens achalandés	Distribuer la publication de façon plus importante en milieux chrétiens achalandés dès que la situation sera à nouveau normale.
1.3 Sondage	Afin d'impliquer l'auditoire, s'informer de son intérêt pour nos productions et récolter des données.
1.4 Nouveaux abonnés	Établir une stratégie d'intendance avec les nouveaux abonnés.
2. Faire connaître l'organisme au public	
2.1 Campagne d'abonnement	Réaliser une campagne d'abonnement annuellement auprès de notre auditoire et sur les réseaux sociaux.
2.2 Lettres d'opinion	Partager nos articles sous forme de lettres d'opinion auprès d'autres médias.
2.3 Visibilité sur Internet	Améliorer le référencement afin que <i>Le Verbe</i> soit davantage vu lors des recherches sur Internet.
3. Augmenter la qualité de l'offre de services	
3.1 Radio	Pour plus de souplesse et de contrôle, autoproduire les émissions de radio.
3.2 Internet	Rédiger une politique de publication d'articles.
4. Varier l'offre de services	
4.1 Virage multimédia	Afin de maximiser l'impact des contenus, ajouter la production audio (balados) et vidéo (capsules) lors de la réalisation de reportages.

Stratégies et tactiques

Objectif stratégique : Renforcer la capacité d'expansion 2

Mettre en place les éléments nécessaires pour l'expansion de l'organisme prévu au premier objectif stratégique.

OBJECTIFS GÉNÉRAUX

5. Stabiliser et augmenter les sources de financement.
6. Se procurer les outils de travail nécessaires et propices à une meilleure productivité.
7. Analyser et adapter nos moyens de communication.
8. Structurer les ressources humaines nécessaires à la réalisation des objectifs.
9. Fournir des conditions d'emploi et un milieu de travail attirants et engageants.

MOYENS	ACTIVITÉS/EXPLICATIONS
5. Stabiliser et augmenter les sources de financement	
5.1 Campagne majeure de financement	Réaliser une campagne majeure de financement, continuer à susciter l'engagement des bienfaiteurs actuels et établir des contacts avec des bienfaiteurs potentiels du secteur corporatif.
5.2 Dons planifiés	Contacteur les abonnés potentiellement intéressés au legs testamentaire.
5.3 Stratégie d'intendance	Analyser la stratégie actuelle et l'actualiser au besoin.
5.4 Dons en ligne	Améliorer la lisibilité, l'accès et l'utilisation du don en ligne.
6. Se procurer les outils de travail nécessaires et propices à une meilleure productivité	
6.1 Studio d'enregistrement	Aménager un studio d'enregistrement afin de pouvoir produire l'émission de radio et des capsules vidéos.
6.2 Studio photo/vidéo	Aménager un studio photo/vidéo afin de permettre des productions à l'interne.
6.3 Reportages	Acheter les équipements audios et vidéos pour la réalisation de reportages à l'extérieur de nos bureaux.
7. Analyser et adapter nos moyens de communication	
7.1 Plan de communication	Élaborer un plan de communication avec le soutien de ressources extérieures au besoin

Stratégies et tactiques (suite)

Objectif stratégique : Renforcer la capacité d'expansion 2

8. Structurer les ressources humaines nécessaires à la réalisation des objectifs

8.1 Designer graphique	Recruter un designer graphique afin de réaliser le montage des projets de reportages audio et vidéo et soutenir la créativité de l'équipe.
8.2 Journaliste	Embaucher trois journalistes permanent pour le terrain (temps partiel en mars 21, multimédia hiver 2022 et temps plein automne 2023).
8.3 Pigistes	Établir contrat et politique d'embauche de pigistes.
8.4 Technicien audiovisuel et montage	Embaucher un technicien audiovisuel et au montage afin d'augmenter la qualité des productions et en faciliter la réalisation.
8.5 Agente de développement au marketing et au financement	Embaucher une agente de développement au marketing et au financement afin d'augmenter le nombre d'abonnés, la distribution du magazine en milieu chrétien et de soutenir le secteur du financement.
8.5 Personnel aux communications	Mandater un responsable des communications pour l'élaboration d'un plan de communication (avec le soutien de ressources externes au besoin) ainsi qu'un gestionnaire de communautés et communication afin d'en assurer la mise en place efficace.

9. Fournir des conditions d'emploi et un milieu de travail attractif et engageant

9.1 Salaires et avantages	Offrir des salaires compétitifs et des avantages sociaux qui répondent aux besoins des employés.
9.2 Management	Favoriser un milieu de travail collaboratif et privilégier un management par mission/projet en misant sur les compétences et intérêts des employés.
9.3 Formation	S'assurer que le personnel reçoit la formation nécessaire pour réaliser ce qui lui est confié.

Planification triennale

 = complétés

2021	2022	2023
Aménager un studio d'enregistrement et de photo/vidéo (3.1, 4.1, 6.1 et 6.2)	Continuer d'augmenter la distribution du magazine en présentoirs (1.1)	Continuer d'augmenter la distribution du magazine en présentoirs (1.1)
Rédiger une politique de publication d'articles sur Internet (3.2)	Développer la distribution en milieux chrétiens achalandés (1.2)	Continuer le développement de la distribution en milieux chrétiens achalandés (1.2)
Commencer une campagne majeure de financement (5.1)	Sonder notre auditoire (1.3)	Réaliser une campagne d'abonnement annuelle (2.1)
Communiquer avec les abonnés susceptibles de faire un legs testamentaire (5.2)	Réviser la stratégie d'intendance avec les nouveaux abonnés (1.4)	Poursuivre la campagne majeure de financement (5.1)
Élaborer un plan de communication avec le soutien de ressources extérieures au besoin (7.1)	Réaliser une campagne d'abonnement annuelle (2.1)	Communiquer avec les abonnés susceptibles de faire un legs testamentaire (5.2)
Embaucher un designer graphique (8.1)	Partager nos articles sous forme de lettres d'opinion auprès d'autres médias (2.2)	Analyser les résultats du plan de communication (7.1)
Recrutement d'un journaliste maison à temps partiel (8.2)	Améliorer le référencement du site sur Internet (2.3)	Embaucher un journaliste permanent (8.2)
Rédiger un contrat de base et une politique d'embauche de pigistes (8.3)	Continuer l'implantation du virage multimédia (4.1 et 6.3)	Analyser le management (9.2)
Embaucher un technicien audiovisuel et au montage (8.4)	Poursuivre la campagne majeure de financement (5.1)	
Embaucher une agente de développement au marketing et au financement (8.5)	Communiquer avec les abonnés susceptibles de faire un legs testamentaire (5.2)	
Mandater un responsable des communications pour l'élaboration d'un plan de communication (8.6)	Analyser et réviser la stratégie d'intendance auprès des donateurs (5.3)	
Analyser les salaires et les besoins des employés (9.1)	Améliorer l'accès au don en ligne (5.4)	
Formation et intégration des employés dans de nouvelles tâches (9.3)	Implanter le plan de communication et en assurer la mise en œuvre (7.1)	
	Embaucher un journaliste multimédia permanent (8.2)	
	Embaucher un gestionnaire de communautés et des communications (8.6)	

Objectif stratégique numéro 1 : Augmenter le rayonnement

- Faciliter l'accès aux productions et fidéliser l'auditoire.
- Faire connaître l'organisme au public.
- Augmenter la qualité de l'offre de service.
- Varié l'offre de services.

Objectif stratégique numéro 2 : Renforcer la capacité d'expansion

- Stabiliser et augmenter les sources de financement.
- Se procurer les outils de travail nécessaires et propices à une meilleure productivité.
- Analyser et adapter nos moyens de communication.
- Structurer les ressources humaines nécessaires à la réalisation des objectifs.
- Fournir des conditions d'emploi et un milieu de travail attirants et engageants.