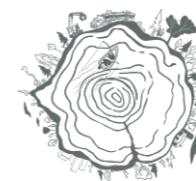


Analyse commerciale pour la :



TRGIRTO

Présentée par :

trnergie
AGENCE DE PUBLICITÉ

Novembre 2017

Table des matières

1. Présentation du mandat page 2
2. Mise en contexte page 3
3. Analyse de la clientèle page 5
4. Forces et faiblesses page 8
5. Objectif de la démarche page 10
6. Stratégies page 11
7. Axe de développement page 13
8. Recommandations page 14
9. Les retombées pour votre quipe page 31



Présentation du mandat

Trinergie s'est vu confier, par la Table régionale de gestion intégrée des ressources et du territoire public de l'Outaouais (TRGIRTO), le mandat de réaliser une «Analyse commerciale». Cette analyse proposera des recommandations, incluant des stratégies et des tactiques de communication-marketing, qui permettront à l'organisation de se faire voir, de se faire connaître des différents publics cibles et de leur faire savoir que leurs préoccupations et leurs suggestions peuvent avoir un impact direct sur les aménagements forestiers de la région.

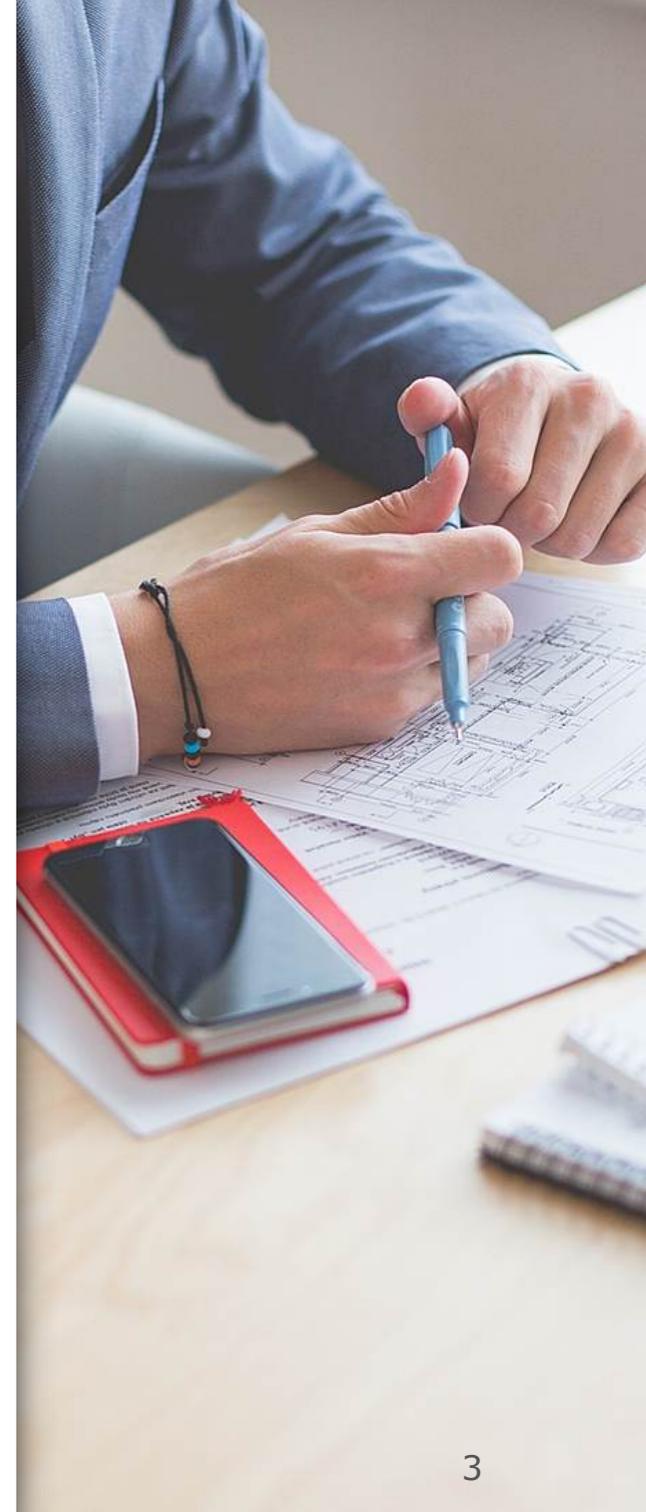


Mise en contexte

Les tables de gestion intégrée des ressources et du territoire (TGIRT) ont été mises sur pied dans le but d'assurer une prise en compte des intérêts et des préoccupations des personnes et des organismes concernés par les activités d'aménagement forestier sur le territoire public.

Les participants à la table identifient les principaux enjeux relatifs à leurs intérêts et à leurs préoccupations et recherchent des solutions pour que le ministère des Forêts, de la Faune et des Parcs les prenne en compte dans la planification forestière. Elle est un lieu d'échanges visant la prise en compte des intérêts et des préoccupations des participants. Ces derniers saisissent ainsi la possibilité d'influencer l'élaboration des plans d'aménagement forestier intégré (PAFI) de leur localité.

Dans l'Outaouais, il a été décidé de regrouper les 3 Tables locales de GIRT en une seule structure, soit la TRGIRTO qui couvre les 6 unités d'aménagement (UA) de ce vaste territoire. Excepté pour les membres des partenaires de la TRGIRTO et pour quelques individus mieux informés, les résultats des travaux de cette structure de concertation sont peu connus.

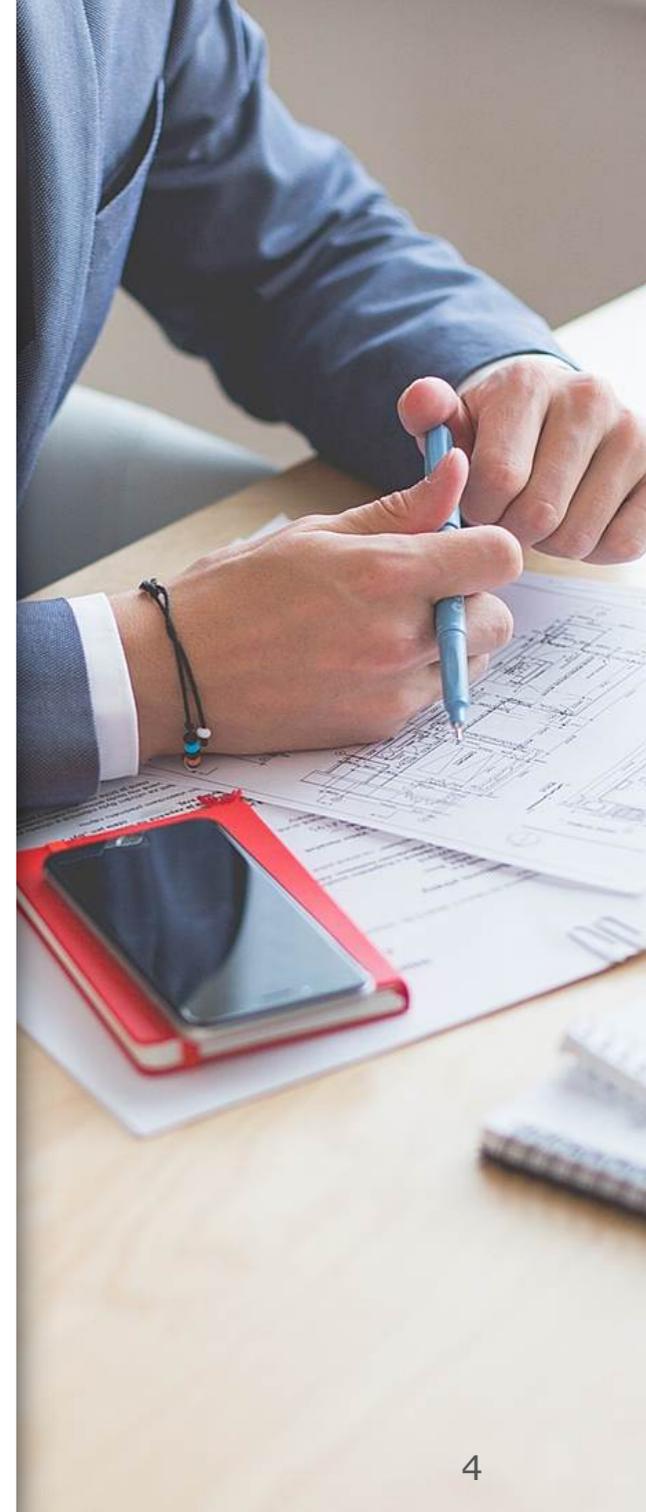


Mise en contexte

La diversité des intérêts et des préoccupations du public en général quant aux activités forestières qui se déroulent sur les terres publiques est pourtant assez bien représentée par l'ensemble des partenaires membres de la TRGIRTO. La population est sensible à ce qui se passe en forêt.

La TRGIRTO ne prétend pas qu'elle parvient à régler la plupart des problèmes d'harmonisation et à concilier l'aménagement forestier avec les autres activités pratiquées en forêt, mais il apparaît important de faire connaître le plus largement possible les résultats de ses travaux.

Dans une perspective d'améliorer l'acceptabilité sociale des pratiques forestières, la TRGIRTO veut se faire connaître des gens et des organismes qui sont impliqués de près ou de loin dans les activités d'aménagement forestier sur le territoire public dans l'Outaouais.



Analyse de la clientèle à rejoindre

Selon les discussions, les recherches et les documents fournis, Trinerergie a identifié 6 types de clientèles qui devront être ciblées par les tactiques de communication qui seront définies.

1. Groupe matière ligneuse

Industriels forestiers

2. Groupe faune

Partenaires fauniques



Analyse de la clientèle à rejoindre

3. Groupe autres utilisateurs avec droits

- Travailleur forestier
- Regroupement des locataires en territoire public
- Citoyens
- Clubs quads
- Clubs de motoneigistes

4. Groupe nature

- Organismes dédiés à la conservation et la protection de l'environnement
- Pôle d'excellence en récréotourisme de l'Outaouais



Analyse de la clientèle à rejoindre

5. Groupe territoire

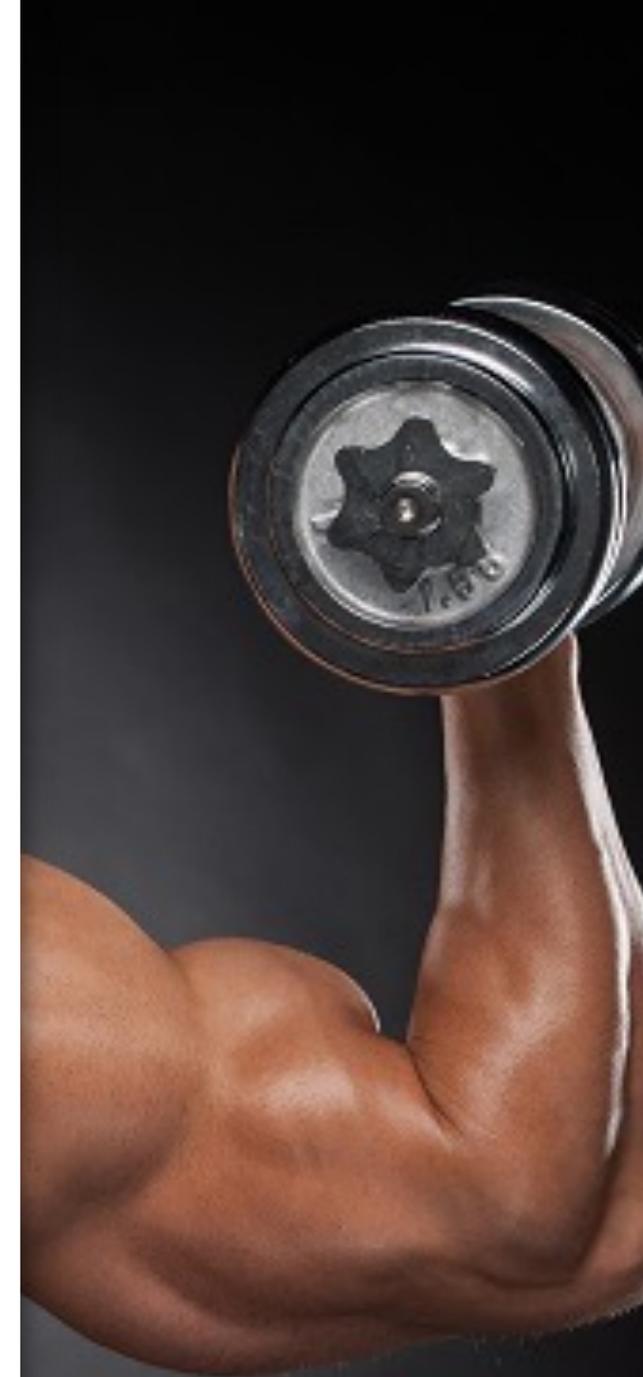
- MRC Pontiac
- MRC Vallée-de-la-Gatineau
- MRC Collines-de-l'Outaouais
- MRC Papineau
- MRC de la Vallée-de-l'Or

6. Groupe premières nations

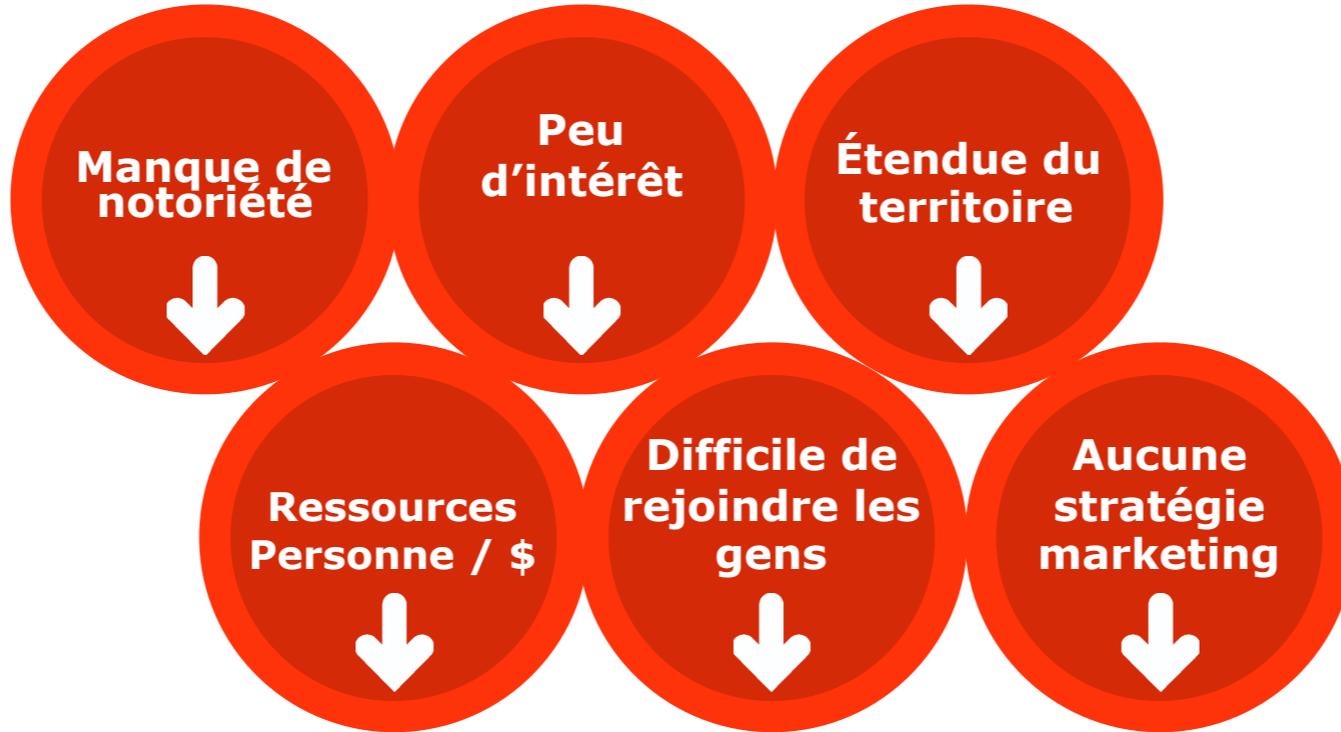
- Anicinape de Kitcisakik
- Algonquins of Barriere Lake
- Nation Anishnabe de Lac Simon
- Wolf Lake
- Kitigan Zibi Anishinabeg



Forces



FAIBLESSES



Objectif de la démarche

Développer des stratégies de communication afin de faire connaître la TRGIRTO à ses différents publics cibles et de leur faire savoir que leurs préoccupations et suggestions peuvent avoir un impact direct sur les aménagements forestiers.



1

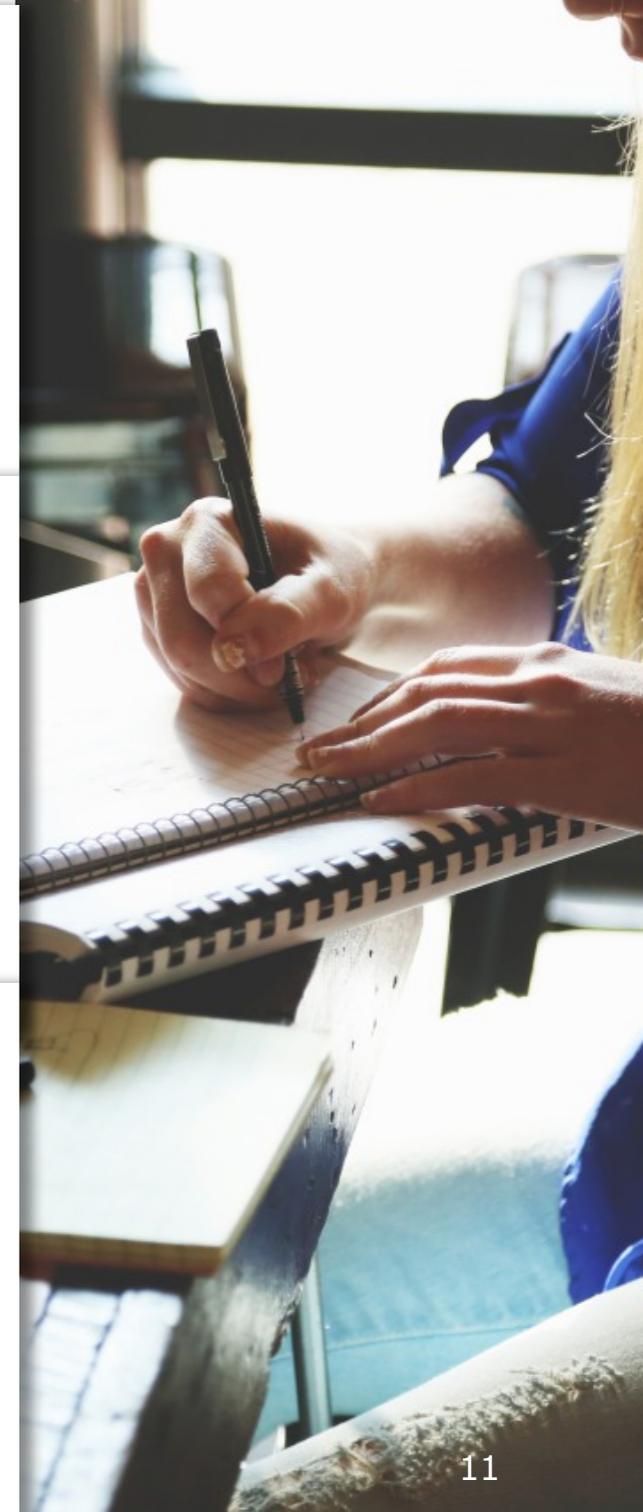
Développer un plan de communication annuel afin d'avoir une meilleure visibilité et un meilleur rendement.

2

Maximiser la présence de la TRGIRTO sur les médias sociaux.

3

Revoir et bonifier les partenariats avec vos membres, les événements régionaux et la communauté.





THÉMATIQUE

1

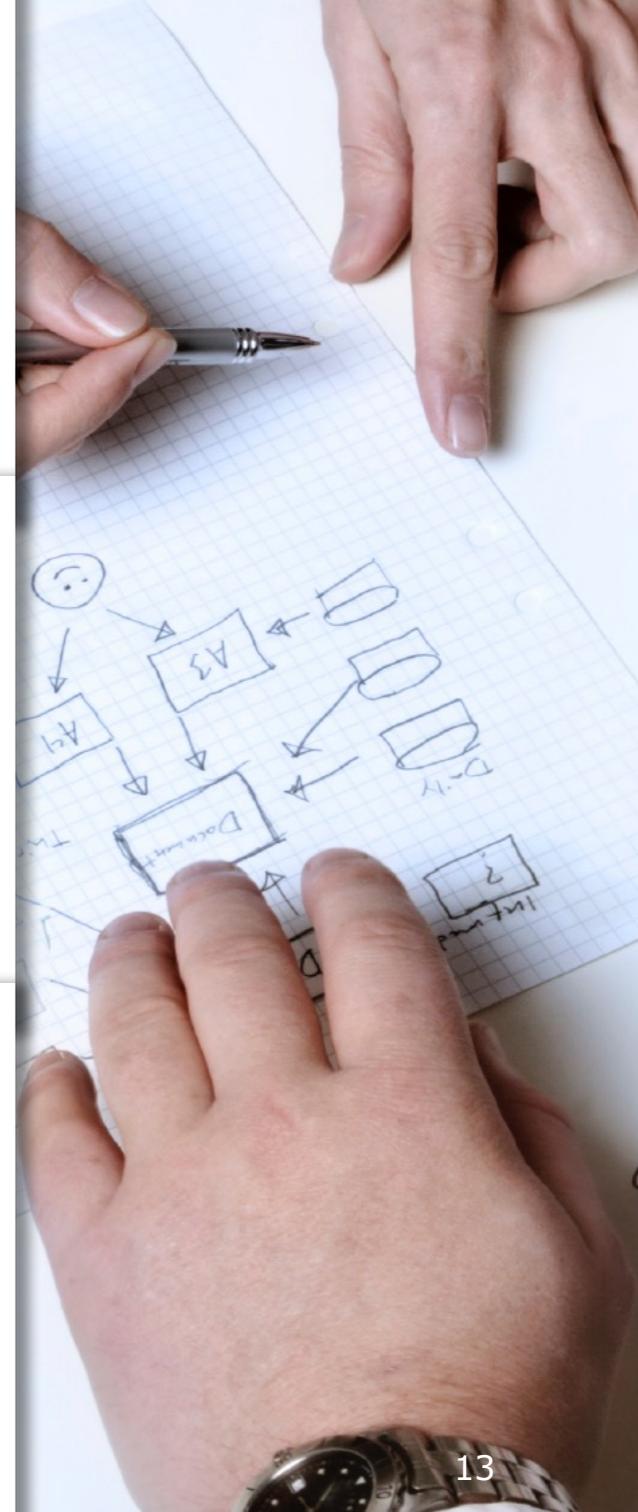
Ensemble décidons l'avenir de nos forêts.

2

Ensemble aménageons nos forêts.

3

Ensemble planifions l'avenir de nos forêts.





RECOMMENDATIONS

1. Changer le nom de l'organisme, si possible

Pourquoi?

- Le nom ne signifie rien de concret pour le public;
- Il est dur à prononcer;
- Il est très long;
- Son abréviation n'est pas prononçable;
- Difficile à retenir.



TRGIRTO

Comment?

- Valider les objectifs du changement de nom;
- Faire la recherche des nouveaux noms possibles;
- Le nouveau nom doit être plus court;
- Le nouveau nom doit être facile à retenir;
- Ou s'il n'est pas possible de changer le nom, il faudrait créer un nouveau nom de domaine plus promotionnel et plus facile à retenir que l'on mettrait en vedette dans toutes nos communications.

Table régionale de gestion intégrée des ressources et du territoire public de l'Outaouais

2. Établir et planifier un budget de communication annuel

Pourquoi?

- Optimiser l'investissement publicitaire en étant plus stratégique et moins émotif ou « réactif »;
- Accroître la visibilité;
- Être davantage présent dans l'esprit des consommateurs. (Accroissement de la notoriété);
- Faire connaître votre rôle (positionnement).

Comment?

- Définir un budget annuel qui correspond à l'envergure de votre organisation et de vos objectifs;
- Élaborer un plan médias (traditionnel et numérique) annuel en sélectionnant les tactiques les plus appropriées selon les clientèles cibles;
- Concevoir des publicités et des outils de communication uniformes, créatifs, stratégiques et percutants.

ANALYSE ET
RECOMMANDATIONS



Centre
Gino-Odjick



TÉLÉVISION



INTERNET



3. Mettre en place une stratégie de relations publiques

Pourquoi?

- Obtenir de la visibilité éditoriale GRATUITE dans les médias (télé, radio, journaux, magazines et sites Internet spécialisés);
- Pour que les médias vous aident à vous positionner en Outaouais et au Québec;
- C'est peu coûteux pour les retombées positives que ça peut apporter.

Comment?

- Créer une liste de coordonnées des journalistes clés des tous les médias de l'Outaouais et des médias spécialisés du Québec;
- Élaborer une stratégie afin de susciter l'intérêt quelques fois par année de ces journalistes;
- Faire une première offensive générale et répéter la marche à suivre trois à quatre fois par année en faisant la promotion de l'organisme, de ses services ou d'une prise de position;
- Inviter les journalistes aux séances d'information sur des sujets spécifiques.

4. Développer une stratégie pour les médias sociaux

Pourquoi ?

- Excellent complément au site Internet et aux activités promotionnelles et de communication;
- Rejoindre une clientèle à l'affût;
- Créer de nouveaux liens et des discussions avec la communauté et les partenaires;
- C'est une source d'information de plus en plus unique. (Souvent la première chose que les gens vérifient avant de se lever le matin);
- Donne une image de leader actif;
- Favorise le positionnement sur Internet (SEO Search Engine Optimization);
- Les gens s'informent de plus en plus via les médias sociaux.

Comment?

- Définir les médias sociaux les plus appropriés pour les différentes clientèles à rejoindre. Nous vous recommandons Facebook pour débiter;
- Choisir une personne responsable pour gérer les médias sociaux de façon hebdomadaire (où contractuelle);
- Développer une stratégie d'alimentation (conseils, information, intérêts, etc.);
- Promouvoir vos médias sociaux dans toutes vos communications (Dépliants, site Web, lettre en-tête, courriel, etc.);
- Planifier un calendrier éditorial;
- Prévoir un budget pour promouvoir les publications sur votre page Facebook afin que d'autres gens vous découvrent et aiment votre de votre page.

ANALYSE ET RECOMMANDATIONS



Facebook : **Touchez un fort public**

Facebook compte aujourd'hui plus de 1 milliard d'utilisateurs actifs, c'est le numéro 1 des réseaux sociaux. En plus d'une page de profil, il vous est possible de créer une page pour votre entreprise.

1,86 milliard d'utilisateurs



YouTube : **Votre visibilité en vidéo**

On ne présente plus YouTube qui est le portail de vidéos. Avec les résultats de recherche inclus dans le moteur Google, vos vidéos bénéficient d'une visibilité importante.

1 milliard d'utilisateurs



Instagram : **Photos quotidiennes**

À la fois réseau social mobile et application de retouche et de partage d'images (et de vidéos), Instagram est un outil de marketing efficace pour les entreprises.

600 millions d'utilisateurs



LinkedIn : **Rencontrez les professionnels**

Pour constituer un réseau professionnel et communiquer avec ceux-ci. LinkedIn permet d'être visible dans votre secteur d'activité et est très bon pour le recrutement.

467 millions d'utilisateurs



Twitter : **Être plus proche avec vos clients**

Avec ses messages limités à 140 caractères, Twitter devient de plus en plus populaire notamment avec la "pub" faite par les chaînes TV pour inviter les téléspectateurs à commenter les émissions. L'intérêt de Twitter est de communiquer en instantané à vos abonnés. Annoncer un nouvel article, produit, promo, etc.

317 millions d'utilisateurs



Pinterest : **Partagez vos photos**

Pinterest, très populaire chez les femmes, permet de partager des photos selon les centres d'intérêt et passions. Vous avez une boutique en ligne? Partagez vos nouveaux produits et soyez visible avec les membres passionnés de la communauté.

150 millions d'utilisateurs



Snapchat : **Photos et vidéo sur le vif**

Son originalité réside dans son principe : celui de pouvoir poster des contenus à durée de vie limitée. Les utilisateurs peuvent s'échanger des images ou des vidéos visibles pendant quelques secondes seulement. La fonctionnalité « Stories » permet également de rendre disponible une suite de contenus pendant 24 heures

158 millions d'utilisateurs

Données début 2017

ANALYSE ET RECOMMANDATIONS

The screenshot shows the Facebook page for 'Table régionale de GIRT de l'Outaouais'. The page header includes the Facebook logo, the page name, a search bar, and navigation links like 'Accueil 20+', 'Suivre', and 'Envoyer un message'. The main content area features a post from October 6th with a blue rose logo and text about a public information day. The post includes a photo of a woman presenting to an audience. The right sidebar shows community statistics, a 'Propos De' section with a website link, and a list of other pages liked by the community.

Table régionale de GIRT de l'Outaouais
@TRGIRTO

Accueil

À propos

Photos

Communauté

Avis

Publications

Créer une page

Table régionale de GIRT de l'Outaouais
6 octobre · 🌐

La journée d'information vous permettra de mieux comprendre le processus de planification des interventions forestières en forêt publique et comment vous pouvez influencer les stratégies mises de l'avant dans cette planification. Pour voir la programmation et faire votre demande de participation : <https://trgirto.ca/fr/notre-foret/>

La participation du public à la planification forestière. Volet Stratégie – TRGIRT Outaouais

La journée d'information vous permettra de mieux comprendre le processus de planification des interventions forestières en forêt publique...

TRGIRTO.CA

J'aime Commenter Partager

6

19 partages

Communauté Afficher tout

Invitez vos amis à aimer cette page

31 mentions J'aime

34 personnes suivent ceci.

À Propos De Afficher tout

Envoyer un message

www.trgirto.ca

Organisme sans but lucratif

D'autres personnes aiment également

Club de motoneige ...
Organisme sans but lucratif J'aime

Mamarmite
Publicité/marketing J'aime

MRC de Papineau
Organisme gouvernemental J'aime

Français (Canada) · Français (France) · English (US) · Español · Português (Brasil) +

Confidentialité · Conditions d'utilisation · Publicité · Choix publicitaires · Cookies · Plus · Facebook © 2017

ANALYSE ET RECOMMANDATIONS

The screenshot shows the Facebook profile of 'Tourisme Outaouais'. The page header includes the name and a search bar. Below the header are navigation buttons: 'J'aime', 'Suivre', 'Recommander', and 'Appeler maintenant'. The main content area features a post from November 3rd at 14:58 with the text: 'On vous l'a dit et on vous le répète, novembre est aussi #outaouaisfun que le reste de l'année! 😊' and a link to a website. The post includes a video of a man with a beard and glasses wearing a cap. Below the video are interaction buttons: 'J'aime', 'Commenter', and 'Partager'. The post has 878 views and is liked by 'France Belisle et 11 autres personnes'. A comment box is visible below the post. The right sidebar shows 'Pages aimées par cette Page' with 'La PIOL', 'Hooké', and 'Hotel Quality Inn &...'. At the bottom, there is a partial view of another post from November 2nd at 13:59 with the text: 'QUOI FAIRE du 2 au 9 novembre? Cette semaine, on se donne comme mission de vous prouver que novembre, c'est pas plate! Regardez nos'.

ANALYSE ET RECOMMANDATIONS

Rechercher une entreprise

Page Boîte de réception Alertes 2 Statistiques Outils de publication Paramètres Aide

J'aime déjà Déjà abonné(e) Partager

Appeler maintenant

TRINERGIE.ca a ajouté 10 nouvelles photos.
Publié par Jean-Francois Tasse [?] · 20 septembre ·

Aujourd'hui avait lieu le lancement de la nouvelle plateforme MonGPS.ca «Mon repère en affaires» pour les entrepreneurs de l'Outaouais. Trinergie est très fier d'avoir contribué au développement de leur image de marque. <https://goo.gl/njSuzH>

TRINERGIE.ca
@trinergie

Accueil
Publications
À propos
Avis
Services
Photos
Vidéos
Infolettre Trinergie
YouTube
Twitter
Articles
Évènements
Communauté
Emplois

Accroître l'audience
Gérer les promotions

Pages aimées par cette Page

- Ottawa Business Journal
- Le Droit Affaires
- Stratégies

D'autres personnes aiment également

- Kaboom communication design Agence de publicité
- Rest'o'Bord Le Pirate Restaurant
- Rapprochement des Associations Organisme sans but lucratif

Agences de publicité dans Gatineau

Français (Canada) · Français (France) · English (US) · Español · Portuguais (Brasil)

Confidentialité · Conditions d'utilisation · Publicité · Choix publicitaires · Cookies · Plus · Facebook © 2017

2068 personnes

Organique 343 Payé 1725

Afficher la promotion

J'aime Commenter Partager

5. Faire des événements Q&R en direct sur Internet

Pourquoi ?

- Rejoindre de nouveaux clients;
- Maximiser l'utilisation de la technologie;
- Montrer l'exemple;
- Créer de occasions de faire parler de votre organisme;
- Être plus près de votre clientèle;
- Leur parler là où ils sont.

Comment?

- En identifiant des sujets propices d'intéresser votre clientèle;
- En sélectionnant des journées et des heures propices pour rejoindre votre clientèle ;
- En faisant la promotion de vos événements sur Facebook, par le biais de vos infolettres, de vos signatures courriel, de votre site Internet, de Facebook, des journaux ou de la radio;
- En utilisant Facebook Live.

ANALYSE ET RECOMMANDATIONS



6. Faire de la publicité sur Facebook

Pourquoi ?

- Promouvoir vos services et votre organisation à l'extérieur de votre réseau tout en restant local;
- Ça démontre que vous êtes un leader;
- La plupart des gens consultent Facebook plusieurs fois par jour;
- Développer votre communauté Facebook;
- Générer des visites sur votre site Internet;
- Vous pouvez quantifier les résultats;
- Vous pouvez tester des publicités A et B afin de voir quelle est la plus efficace.

Comment?

- Définir vos objectifs : voulez-vous développer votre communauté, voulez-vous promouvoir un événement, voulez-vous faire connaître un service ?;
- En définissant l'auditoire des différentes publicités : homme, femme, groupe d'âge, etc.;
- Établir votre budget annuel;
- En concevant des publicités professionnelles qui attireront l'attention de vos différents publics cibles.

ANALYSE ET RECOMMANDATIONS

GENDRON **Gendron Chrysler-Jeep-Dodge Maniwaki** Sponsorisé ·  J'aime la Page

Ce Noël, faites plaisir à un enfant de la communauté!



Programme d'échange d'équipement sportif

Pour Noël, faites des heureux! Venez déposer votre équipement sportif ou venez chercher ce dont vous avez besoin. C'est 100% gratuit.

[Itinéraire](#)

VOYAGES LORRAINE **Voyages Lorraine** Sponsorisé · 

Voyage de retraite Yoga ou semaine de détente à Cuba du 28 mars au 4 avril ! Pour plus d'information, communiquez avec nous au 819 771-0888



1 076 \$
Formule tout inclus
Taxes & Cours inclus

TOUT est inclus dans le prix! [En savoir plus](#)

Melia Jardines Del Rey, Tout Inclus

 **Services de santé Marleen Tassé** Sponsorisé ·  J'aime la Page

Pourquoi s'en priver?



Avec de bons conseils, c'est possible !

Notre nutritionniste-diététiste a tous les outils pour vous aider à atteindre vos objectifs de la nouvelle année! Téléphonnez-nous dès aujourd'hui pour prendre rendez-vous : 819 595-0790

[MARLEENTASSE.COM](#) [En savoir plus](#)

 **Martin Chiasson & Karine Séguin, courtiers immobiliers agréés** Sponsorisé · 

Quelle que soit votre raison pour vendre votre propriété, mettez mon savoir-faire à votre avantage. Appelez-moi et nous pourrions procéder rapidement à la mise en marché de votre propriété. 819 661-2123 www.karineseguine.com



URGENCE DE VENDRE?

6 J'aime

[J'aime](#) [Commenter](#) [Partager](#)

7. Développer une stratégie de marketing par courriel

Pourquoi ?

- Visibilité ciblée et peu coûteuse;
- Utiliser les technologies du jour;
- Maintenir votre présence dans l'esprit des gens;
- Démontrer que votre organisation est un leader;
- Maintenir l'image corporative professionnelle;
- Créer un lien entre l'infolettre et le site Web;
- Mesurer l'intérêt avec les données que l'on peut obtenir avec un système d'infolettre : taux d'ouverture, de lecture, de clics, etc.

Comment?

- Utiliser un système d'infolettre professionnel du style Constant Contact;
- Créer une infolettre professionnelle avec un gabarit attrayant, personnalisé et à votre image;
- Ajouter un espace pour s'abonner à l'infolettre sur le site Web;
- Faire des envois mensuels;
- Concevoir une nouvelle signature courriel pour les courriels de tous les jours en mettant en vedette le site web et les médias sociaux.

ANALYSE ET RECOMMANDATIONS



Infolettre // 23 juillet 2015

ation de la bonne façon

ur message brief, friendly, and to t. If readers need to know more than fit here, add a link to an outside e that covers the rest.



oir plus



ÊTES-VOUS CONFORME
À LA LOI SUR L'ÉQUITÉ SALARIALE

[CONSULTEZ >](#)

er la gestion performance

ur message brief, friendly, and to t. If readers need to know more than fit here, add a link to an outside e that covers the rest.



oir plus

TRE ÉCHELLE



8 novembre 2016

UNE CAMPAGNE URGENTE POUR KARINE SEGUIN

La Centrale Immobilière

Nombreux sont les courtiers immobiliers en Outaouais et la concurrence est très agressive sur le marché. Chaque courtier doit savoir se distinguer en développant sa propre personnalité et sa propre identité.

[Lire plus >>](#)




LE CLD-GATINEAU DEVIENT ID GATINEAU

ID Gatineau

Trinergie est très heureux de pouvoir finalement vous dévoiler la nouvelle identité visuelle d'investissement et développement Gatineau (ID Gatineau)!

[Lire plus >>](#)

QUELS RÉSEAUX SOCIAUX

INVITATION

5 À 7 &+

Jeudi le 29 sept.

London
7 Downie St.
Couture



INFOLETTRE // Septe

Événement V.I.P.

7 Downies St.

Nous vous invitons à une formule 5 à 7 allongé, le jeudi 29 septembre prochain.

Venez rencontrer, le président de 7 Downies St., Vince Magri ainsi que le représentant Tim Shean.

Plus de 200 chemises de la nouvelle collection 7 Downies St. seront en boutique pour 4 jours seulement afin que vous puissiez choisir le look qui vous conviendra le mieux !

Un léger goûter et des rafraichissements vous attendront.



PLUS DE 200 CHEMIS

8. Mettre en place une stratégie de partenariat

Pourquoi ?

- Pour promouvoir et positionner votre organisme comme étant impliqué dans sa communauté;
- Pour obtenir une visibilité ciblée;
- Pour s'assurer que vos messages clés soient bien véhiculés dans tous vos partenariats;
- Pour maximiser la visibilité que vos membres pourraient vous offrir, via leur site web, leur courriel, etc.

Comment?

- Analyser la visibilité que vos membres pourraient vous offrir;
- Définir les paramètres pour s'associer à un événement. (Est-ce vraiment une bonne collaboration?)
 - Festival de municipalité;
 - Associations de préservation;
 - Nature/environnement;
 - Petits événements locaux, etc.
- Créer un guide des éléments qui doivent être respectés lorsque vous faites une commandite ou un partenariat;
- Analyser quelles sont les valeurs ajoutées qui pourraient être incluses à vos commandites (partenariats);

ANALYSE ET RECOMMANDATIONS



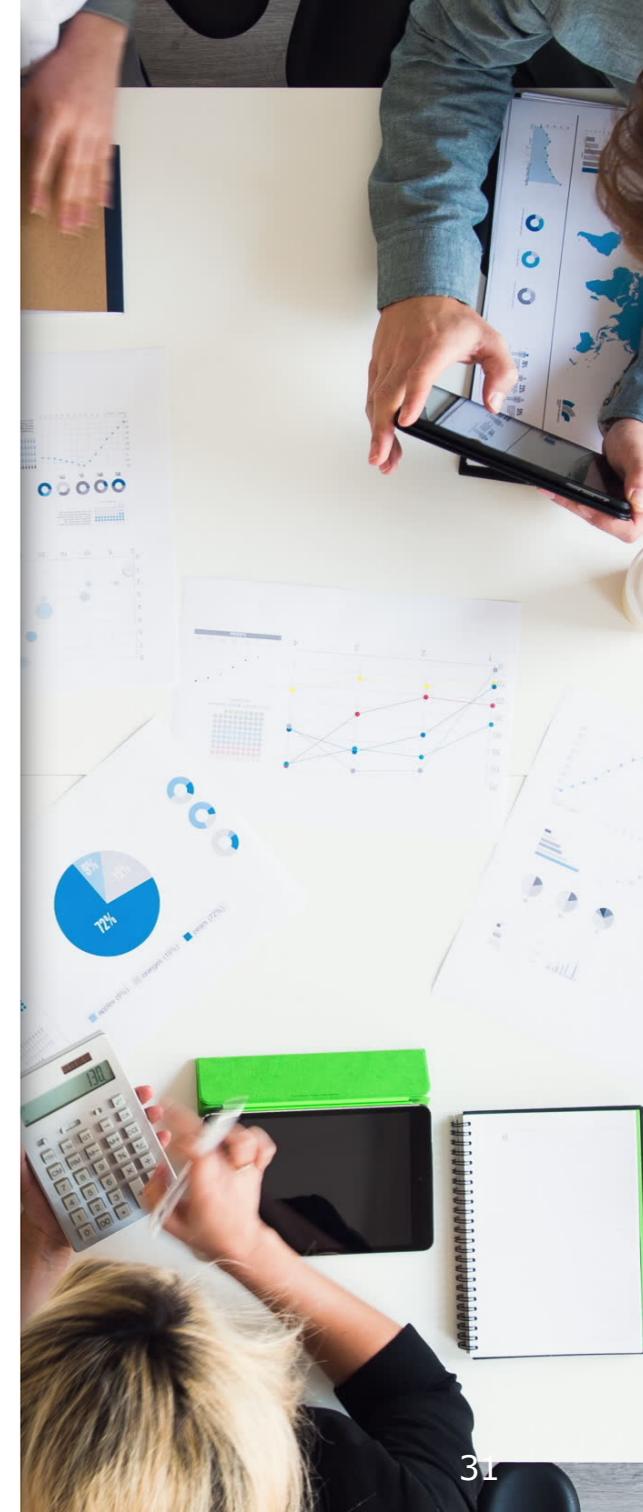
Les retombées pour votre équipe

À court, moyen et long terme, la TRGIRTO **bénéficiera des retombées** de ces recommandations si l'équipe y **alloue les ressources nécessaires**.

En les appliquant, votre organisation profitera d'une grande visibilité auprès des bonnes clientèles cibles.

Les résultats pourront se faire sentir dans les premiers mois que les tactiques seront mises en place. Vous pourrez évaluer les différentes statiques de votre page Facebook et de votre site web afin de voir leurs impacts.

Avec cette approche, la TRGIRTO aura une stratégie de visibilité performante et pourra maximiser sa visibilité.



NOUS
CRÉONS DE
LA VALEUR

trnergie
AGENCE DE PUBLICITÉ

