**Modèle de plan stratégique
d’une organisation à but
non lucratif**

Nom de l’organisation à but non lucratif

PLAN STRATÉGIQUE



PRÉPARÉ PAR

Nom de l’auteur

DATE DE PRÉPARATION

00/00/0000

Version

0.0.0

TABLE DES MATIÈRES

[CONTEXTE 3](#_Toc177394527)

[Nom juridique et adresse 3](#_Toc177394528)

[Période d’existence 3](#_Toc177394529)

[Besoins satisfaits/importance 3](#_Toc177394530)

[Région géographique desservie 3](#_Toc177394531)

[Public cible 3](#_Toc177394532)

[Réussites des années précédentes 3](#_Toc177394533)

[Défis prévus 3](#_Toc177394534)

[VISION 4](#_Toc177394535)

[MISSION 4](#_Toc177394536)

[CEUX QUE NOUS SERVONS 4](#_Toc177394537)

[PLAN DE COMMUNICATION ET MARKETING 4](#_Toc177394538)

[VALEURS 5](#_Toc177394539)

[ESTIMATION DU BUDGET D’EXPLOITATION 6](#_Toc177394540)

[RECETTES PRÉVUES 6](#_Toc177394541)

[DÉPENSES PRÉVUES 6](#_Toc177394542)

[TOTAL DES PROFITS/PERTES 6](#_Toc177394543)

[ANALYSE DE LA SITUATION (SWOT) 7](#_Toc177394544)

[OBJECTIFS SMART 8](#_Toc177394545)

[MESURES DU SUCCÈS 9](#_Toc177394546)

[PLANS D’ACTION 10](#_Toc177394547)

[ANNÉE 1 - 20XX 10](#_Toc177394548)

[ANNÉE 2 - 20XX 10](#_Toc177394549)

[ANNÉE 3 - 20XX 11](#_Toc177394550)

[ANNÉE 4 - 20XX 11](#_Toc177394551)

# CONTEXTE

## Nom juridique et adresse

|  |
| --- |
|  |

## Période d’existence

|  |
| --- |
|  |

## Besoins satisfaits/importance

|  |
| --- |
|  |

## Région géographique desservie

|  |
| --- |
|  |

## Public cible

|  |
| --- |
|  |

## Réussites des années précédentes

|  |
| --- |
|  |

## Défis prévus

|  |
| --- |
|  |

# VISION

|  |
| --- |
| Visualiser le résultat idéal du travail de l’organisation |

# MISSION

|  |
| --- |
| Description ciblée de l’objectif de l’organisation |

# CEUX QUE NOUS SERVONS

|  |
| --- |
| Composition/Démographie du public |

# PLAN DE COMMUNICATION ET MARKETING

|  |
| --- |
|  |

# VALEURS

Choisissez dix des valeurs répertoriées ci-dessous ou vos propres ajouts et rédigez une phrase pour chacune décrivant comment cette valeur guide votre entreprise et aide l’organisation à concrétiser sa vision et sa mission.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| • Intégrité  | • Confiance  | • Qualité  | • Caractère ludique  |
| • Travail d’équipe  | • Diversité  | • Engagement pour la réussite  | • Prise de risque  |
| • Partenariat  | • Individualité  | • Éthique  | • Efficacité  |
| • Honnêteté  | • Créativité  | • Légalité  | • Équilibre  |
| • Communication  | • Croissance  | • Professionnalisme  | • Fidélité  |
| • Respect  | • Accomplissement  | • Équité  | • Optimisme  |
| • Sécurité  | • Compétence  | • Responsabilité  | • Fiabilité  |
| • Attitude  | • Responsabilité  | • Cohérence  | • Inspiration |
| • Service client | • Communauté  | • Autonomisation  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Valeur 1 | Phrase 1 |
| 2 |  |  |
| 3 |  |  |
| 4 |  |  |
| 5 |  |  |
| 6 |  |  |
| 7 |  |  |
| 8 |  |  |
| 9 |  |  |
| 10 |  |  |

# ESTIMATION DU BUDGET D’EXPLOITATION

## RECETTES PRÉVUES

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | MONTANT ESTIMÉ | MONTANT RÉEL |
| Subventions |  |  |
| Dons |  |  |
| Levées de fonds |  |  |
| Intérêts |  |  |
| Autres revenus |  |  |
| TOTAL |  |  |

## DÉPENSES PRÉVUES

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | MONTANT ESTIMÉ | MONTANT RÉEL |
| Coûts de dotation en personnel |  |  |
| Bureau/Frais généraux |  |  |
| Fournitures/Équipement |  |  |
| Marketing |  |  |
| Perfectionnement du personnel |  |  |
| Kilométrage |  |  |
| TOTAL |  |  |

## TOTAL DES PROFITS/PERTES

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | ESTIMÉ | RÉEL |
| (Recettes - Dépenses) |  |  |

# ANALYSE DE LA SITUATION (SWOT)

**menaces**

**opportunités**

**faiblesses**

**forces**

* Opportunité 1
* Opportunité 2
* Opportunité 3
* Opportunité 4
* Menace 1
* Menace 2
* Menace 3
* Force 1
* Force 2
* Force 3
* Force 4
* Faiblesse 1
* Faiblesse 2
* Faiblesse 3

# OBJECTIFS SMART

S-spécifique, M-mesurable, A-atteignable, R-réaliste, T-temporellement défini

Répertoriez 3 à 5 objectifs.

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | Objectif 1 |
| 2 |  |
| 3 |  |
| 4 |  |
| 5 |  |

|  |  |
| --- | --- |
| CE QUE LE PUBLIC DOIT ENTENDRE |  |
| MEILLEUR MOYEN D’ATTEINDRE ET DE COMMUNIQUER |  |
| CALENDRIER ET FRÉQUENCE DE COMMUNICATION |  |
| COMMENT MESURER LA PORTÉE DES MESSAGES |  |
| AUTRES COMMENTAIRES |  |

# MESURES DU SUCCÈS

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| DESCRIPTION MESURABLE DES COMPOSANTES | QUAND MESURER | COMMENT MESURER |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

# PLANS D’ACTION

## ANNÉE 1 - 20XX

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| DATES DE DÉBUT ET DE FIN | ACTION | OBJECTIFS CONNEXES | RESSOURCES : coût, temps, membres de l’équipe |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

## ANNÉE 2 - 20XX

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| DATES DE DÉBUT ET DE FIN | ACTION | OBJECTIFS CONNEXES | RESSOURCES : coût, temps, membres de l’équipe |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

## ANNÉE 3 - 20XX

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| DATES DE DÉBUT ET DE FIN | ACTION | OBJECTIFS CONNEXES | RESSOURCES : coût, temps, membres de l’équipe |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

## ANNÉE 4 - 20XX

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| DATES DE DÉBUT ET DE FIN | ACTION | OBJECTIFS CONNEXES | RESSOURCES : coût, temps, membres de l’équipe |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |
| --- |
| **EXCLUSION DE RESPONSABILITÉ**Tous les articles, modèles ou informations proposés par Smartsheet sur le site web sont fournis à titre de référence uniquement. Bien que nous nous efforcions de maintenir les informations à jour et exactes, nous ne faisons aucune déclaration, ni n’offrons aucune garantie, de quelque nature que ce soit, expresse ou implicite, quant à l’exhaustivité, l’exactitude, la fiabilité, la pertinence ou la disponibilité du site web, ou des informations, articles, modèles ou graphiques liés, contenus sur le site. Toute la confiance que vous accordez à ces informations relève de votre propre responsabilité, à vos propres risques. |