

À
vos
côtés
depuis
40 ans... **40**

www.oteci.asso.fr

Questionnaires **Référents Digital -** Synthèse des réponses des 5 délégations

Patricia Lacroix –
Pierre Carron – Didier Devèze
Février – Avril 2019

Digital : une part de la réussite de Vision 2028

- « Être un acteur national majeur du conseil en management et en formation pour soutenir le développement et l'emploi, grâce au partage et à la transmission d'expérience de haut niveau, assurés par notre réseau de managers et experts seniors bénévoles »
- Un préalable : **One OTECI**
- **La stratégie Digitale d'OTECI est un enjeu important pour la réussite de Vision 2028 !**

Développement Digital : Régions et National



- *Pilotage national, relais dans les régions : identifier et motiver les bonnes volontés...*

Digital Days : Se Rencontrer / Se développer

- Utiliser la convivialité, l'intérêt et l'efficacité du travail en groupe pour partager une meilleure pratique du Digital
- Une rencontre de toutes les régions de l'OTECI 1 x an :
 - *Personnes impliquées ou intéressées par les activités digitales*
- Des rencontres localisées entre régions à but de formation pour tous les adhérents, sur proposition des délégués régionaux
 - *But : formation LinkedIn, Google Ads, Missions marketing digital, Newsletters, ...*
- Agenda basé sur la pratique, la mise en situation sur des cas concrets
- Cross fertilisation, échange, plaisir d'être ensemble et d'apprendre

OUTILS DIGITAUX : Constats

- **Définition**

- Outils de communication indispensables pour réussir Vision 2028
- Outils complémentaires aux autres moyens de communication
- Mails, logiciels (Ex Vigie), site internet et réseaux sociaux ...

- **Outils permettant**

- Une valorisation de « ONE OTECI »
- Un partage de l'information large et aisé, avec un accès facile
- Une amélioration de notre visibilité vers l'extérieur come vers l'intérieur
- Une promotion de notre site internet
- Trouver des adhérents
- Trouver des missions

OUTILS DIGITAUX : Propositions

- **Bibliothèques de modules**

- Stratégie à définir par le comité Communication
- Partage des outils entre les régions
- Disponibilité sur le site Internet

- **Site Internet**

- À jour et performant
- Mise en avant de One OTECI, avec la diminution des informations régionales
- Utilisation du Side Bar sur la page d'accès au site décidée par le COMOP pour promouvoir les articles présentant nos activités
- Disponibilité d'un catalogue national de documents en lien One OTECI pointant sur une base de données à venir dans l'intranet

- **Réseaux Sociaux**

- Animation régionale et nationale des principaux réseaux sociaux :
 - **LinkedIn**, FaceBook, Vidaeo, Instagram, **Twitter**, ...

- **Newsletters internes et externes**

BÉNÉVOLES : constats

- **Recrutement :**

- Principalement par le bouche à oreille
- LinkedIn, Google Ads
- France bénévolat mais résultat mitigé
- Besoin de bénévoles administratifs pour la gestion de l'association.

- **Intégration des nouveaux :**

- Processus d'accueil structuré et attentionné
- Participation rapide dans des groupes de travail, mission, gestion des régions
- Formation par tutorat ou rôle d'observateur lors de missions
- Partage de moment de " plaisir " : missions ou convivialité
- Cartes de visites données aux nouveaux (appartenance)

- **Communication auprès des bénévoles**

- Réunions générales et régionales périodiques
- Réunions spécifiques sur des thèmes d'actualité pour chaque groupe.
- Mails
- Les newsletters (plus de 20 en 2018-2019). LinkedIn. Facebook

BÉNÉVOLES : Constats

- **Bénévoles : identification pour une Mission :**
 - Réunion périodiques
 - Compétences dans Vigie
 - Sollicitation directe par le responsable de la mission
 - Expertise identifiée sur LinkedIn
- **Bénévoles s'occupant du digital :**
 - Nombre et répartition irrégulière selon les régions
- **Communication inter-régions :**
 - Comptes-rendus de réunions :
 - Du COMOP ou du Conseil d'Administration
 - Compte-rendu des réunions régionales
 - Pas assez d'information en général et/ou pas assez précise
 - Toutefois, attention de ne pas avoir trop de répétition d'information.

BÉNÉVOLES : propositions

- **Pour le recrutement :**
 - LinkedIn
 - Mettre à jour les réseaux personnels en référençant ses compétences et en spécifiant son appartenance à OTECI
 - Réappropriation de l'outil
 - Accompagnement de tous les nouveaux : formation
 - Organiser des journées portes-ouvertes
- **Pour la communication interne**
 - Formation/présentation nationale « One OTECI »
 - Échange pendant une période définie de 1 ou 2 oteciens entre régions
 - Mise à disposition d'un Trombinoscope avec les compétences
 - Faire des groupes de travail inter-régions sur des sujets spécifiques
- **Newsletters nationales régulières**
- **Soutien des équipes : stagiaire en alternance ou salarié temps partiel**

MISSIONS : Constats

- **Prospection**

- **Enseignement :**

- Prospection individuelle personnelle des bénévoles (carnet d'adresses)
 - Prospection directe auprès des organismes d'enseignement
 - Salon des étudiants et Newsletter à cette occasion (prestation gratuite en échange)

- **Entreprises :**

- Situation différente selon les bassins d'emploi
 - Google Ads, site internet et les réseaux personnels
 - Newsletter dédiées
 - Donner des exemples concrets de réussites
 - Soit pour étendre une mission
 - Soit pour trouver de nouvelles

- **Frein au développement**

- Variable selon le bassin d'emploi

MISSIONS : propositions

- **Développer Google Ads**
 - Campagnes seniors + entreprises
 - Former au pilotage
- **Amélioration site internet**
 - Valoriser les missions
 - Répondre à des besoins clients individuels avec une approche « ONE OTECI » collective, la *side bar* **NEWS**
 - Identifier, former et motiver à l'utilisation du backoffice
- **Newsletters nationale régulière**
 - Identifier, former et motiver 2 ou 3 Otéciens additionnels (dans chaque région si possible)

RÔLE DES RÉFÉRENTS : propositions

- Développer l'image OTECI
- Animation de l'activité globale, respectant chaque spécificités régionales
- Mise à disposition d'outils selon les besoins exprimés et y répondre
- Structurer les outils à disposition
- Propositions concrètes
- Base de données et partage d'outils au niveau national (si absent de l'Intranet)
- Propositions au Groupe Communication
- Création de journées digitales une ou deux fois par an.

Présentation COMOP

Merci au COMOP pour ses idées et actions...