



PLAN D'AFFAIRES

Janvier 2003

Table des matières

- 1. Présentation du projet**
 - 1.1. Mission
 - 1.2. Objectifs
 - 1.3. Historique
 - 1.4. Le logo
 - 1.5. Informations juridiques

- 2. La structure organisationnelle**
 - 2.1. La composition du BAACML
 - 2.2. L'organigramme
 - 2.3. Les ressources humaines

- 3. Le marché**
 - 3.1. La clientèle cible
 - 3.2. Les besoins des diplômés
 - 3.3. Les partenaires potentiels
 - 3.4. Les autres bureaux des anciens

- 4. Le plan marketing**
 - 4.1. Les services offerts
 - 4.2. Les communications
 - 4.3. La place d'affaires
 - 4.4. Le prix

- 5. Les finances**
 - 5.1. Coût et financement du projet
 - 5.2. Les activités de financement
 - 5.3. Les commandites
 - 5.4. Les autres sources de financement potentielles

ANNEXES

- 1) Le conseil d'administration
- 2) Le comité exécutif
- 3) Le rapport annuel 2000
- 4) L'analyse des autres Associations de diplômés
- 5) Questionnaire – analyse des besoins et attentes
- 6) Les programmes de subvention
- 7) Les plans d'actions antérieurs
- 8) Les rabais aux membres de l'UQAM
- 9) L'annuaire électronique de l'Université Laval
- 10) Extrait d'une entrevue téléphonique
- 11) Offre de service - modifications au site WEB Internet

Présentation du projet



1.1 LA MISSION

Regrouper en corporation les anciens élèves du Collège Montmorency de Laval afin de leur offrir différents services et activités.

1.2 LES OBJECTIFS

1. Regrouper les personnes qui ont fait leurs études au Collège Montmorency de Laval;
2. Développer un sentiment d'appartenance à leur établissement chez les anciens du Collège Montmorency;
3. Entretenir des liens avec le Collège Montmorency de Laval, ses élèves et l'Association Générale des Étudiants de Montmorency et collaborer avec eux en vue d'organiser des activités diverses;
4. Permettre à ses membres de participer à des activités et leur faire bénéficier de services divers;
5. Supporter les élèves actuels dans le cheminement de leurs études.

1.3 HISTORIQUE

L'histoire des anciennes et des anciens du Collège Montmorency de Laval a débuté avec la création même de l'institution en 1969. Les premiers cours ont été dispensés à l'automne 1973, suivis d'une première graduation composée de quatre élèves en 1974.

Dans le cadre du 25e anniversaire de fondation du Collège en 1994, le Service des affaires étudiantes a voulu souligner de façon tangible le passage de plus de quinze mille élèves gradués à l'intérieur des murs de son établissement. L'histoire se devait à présent d'être au rendez-vous. Le vernissage du projet Murales en février 1996, a représenté la première étape concrète menant à la création du Bureau des anciennes et des anciens.

Depuis son incorporation, les rencontres se sont multipliées et le Bureau a tenu sa première réunion du conseil d'administration permanent le 19 novembre 1997.

Aujourd'hui, le Bureau prend de plus en plus sa place dans la communauté Montmorencienne et est appelé à jouer un rôle d'importance dans le futur comme rassembleur des forces vives que constituent les diplômés du Collège.

Quelques réalisations du BAACML

- Conception des murales des gradués
- Retrouvailles AGEM
- Retrouvailles Orthèse / Prothèse
- Mise sur pied des fonds dédiés
- Tournoi de golf
- Prix de la Relève

1.4 LE LOGO



Signification du logo

La force vitale de l'arbre identifie le Bureau des anciennes et des anciens et représente l'enracinement dans le milieu de vie de Montmorency. Les racines correspondent à tout le potentiel de connaissances disponibles au Collège, c'est-à-dire tous les programmes académiques ainsi que toutes les activités de formation offertes à l'élève en complémentarité de ses cours.

Le tronc de l'arbre, c'est le moteur de l'action. C'est là où se tissent des liens, là où se développent des intérêts et des affinités, là où l'on relève des défis et acquiert des expériences, là enfin où s'effectuent les apprentissages. C'est le grand terrain de jeu de la vie.

Le feuillage représente quant à lui l'acquisition des connaissances, l'accomplissement personnel, le rayonnement intérieur ainsi que l'ouverture sur la collectivité environnante et sur le marché.

Depuis 1974, les différents intervenants du Collège ont vu grandir plus de dix-neuf mille essences d'arbres qui se sont enracinées ici et là dans diverses communautés.

L'arbre ... symbole de nos accomplissements personnels et collectifs.

1.5 INFORMATIONS JURIDIQUES

BUREAU DES ANCIENNES ET DES ANCIENS
DU COLLEGE MONTMORENCY DE LAVAL (BAACML inc.)
475 boul. de l'Avenir
Laval, Qc H7N 5H9
Téléphone: 450 975-6362
Télécopieur: 450 975-6373
anciens@cmontmorency.qc.ca
www.cmontmorency.qc.ca/anciens

Revenu Canada

Statut juridique	Corporation
Numéro d'entreprise	87748 4766
Numéro du certificat de constitution en société	1145975588
Date de constitution en société	1996-07-15

Revenu Québec

Numéro d'entreprise du Québec (NEQ)	1145975588
Numéro d'identification	1020650199 dossier S0001

2. La structure organisationnelle

2.1 LA COMPOSITION DU BAACML

La structure organisationnelle du Bureau des anciens se compose du conseil d'administration, du comité exécutif et de ses membres.

2.1.1 Le conseil d'administration

Composition

- Le conseil d'administration est composé de 14 administrateurs:
 - Neuf anciennes / anciens
 - Trois délégués du Collège
 - Deux membres corporatifs
- La durée du mandat est d'un an.

Liste des administrateurs en Annexe 1.

Son rôle

- Donner les orientations du BAACML;
- Approuver les recommandations du comité exécutif;
- Favoriser le rayonnement du Bureau;
- Assister le travail du comité exécutif.

2.1.2 Le comité exécutif

Composition

Le comité exécutif est composé de cinq membres, tous devant être anciens ou anciennes du Collège Montmorency.

La durée du mandat est d'un an.

Liste des officiers en Annexe 2.

Son rôle

- Supporter l'organisation d'activités de rassemblement;
- Offrir des services à ses membres;
- Planifier les orientations du Bureau.

2.1.3 Les membres

Actuellement, le BAACML compte plus de 19 000 membres. Tous les élèves ayant étudié au Collège Montmorency deviennent automatiquement membres du Bureau.

En collaboration avec l'Association Générale des Étudiants de Montmorency (AGEM), le Bureau des anciens verra à recruter quelques finissants dans chacun des domaines d'études afin de stimuler la participation des étudiants de chaque programme.

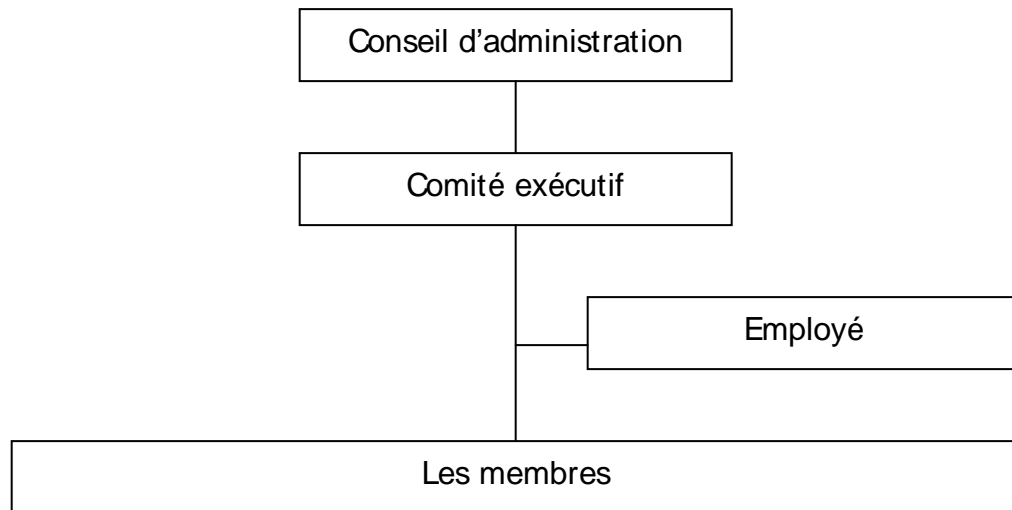
Leurs rôles

- Obtenir les coordonnées de tous les élèves et les fournir au Bureau des anciens;
- Créer un album de finissants sur un CD-ROM.

Le recrutement

- Un partenariat avec l'AGEM sera développé afin d'impliquer au moins un étudiant par programme;
- Le BAACML verra à rencontrer, en début de session, l'élève occupant le poste de conseiller de programme à l'AGEM afin de l'impliquer dans le BAACML;
- Un guide de travail sera remis au conseiller de programme par le BAACML.

2.2 L'ORGANIGRAMME



2.3 LES RESSOURCES HUMAINES

Afin d'assurer le service aux membres et le développement du BAACML, un employé à temps partiel sera embauché pour le mandat 2003 par le biais des Services et Affaires Étudiantes.

Cet employé sera supporté dans ses fonctions par les membres du conseil d'administration et du comité exécutif. Il se chargera de :

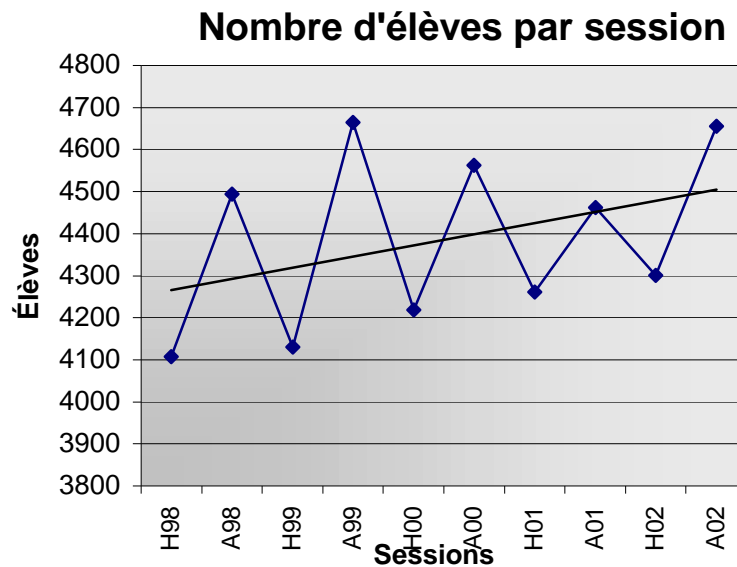
- Développer des liens avec les départements et les services du Collège;
- Développer des ententes de partenariat avec différentes entreprises pour offrir des services aux membres;
- Organiser des activités;
- Assurer un service aux membres;
- Gérer la liste des membres;
- Autres tâches connexes.

3. LE MARCHÉ

3.1 LA CLIENTÈLE CIBLE

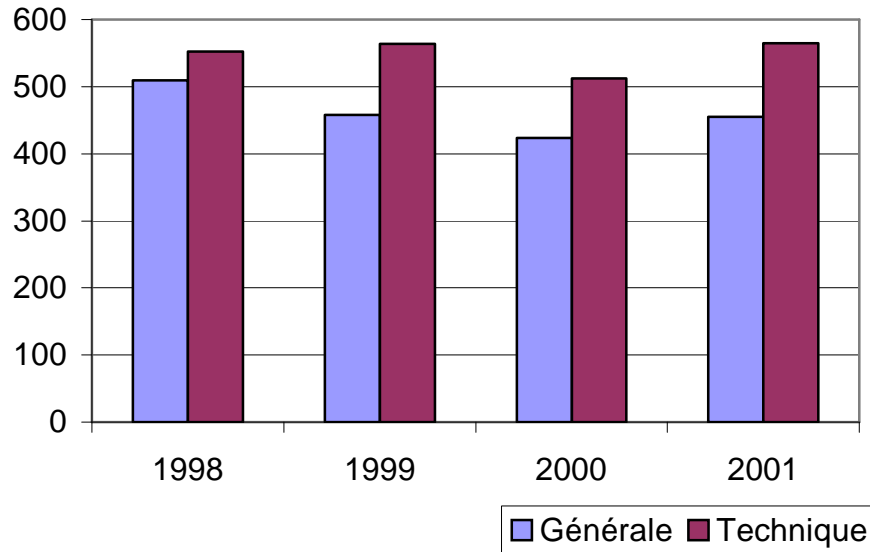
Tous les anciens du Collège Montmorency deviennent membres automatiquement et gratuitement du Bureau des anciens. Le Bureau compte plus de 19 000 membres.

Cependant, le Bureau cible particulièrement les gradués des différentes techniques pour ses activités. Ces derniers sont plus susceptibles de développer un sentiment d'appartenance au Collège comparativement aux élèves recevant une formation pré-universitaire. Ces derniers se sentent plus attachés à leur université qu'à leur Collège.



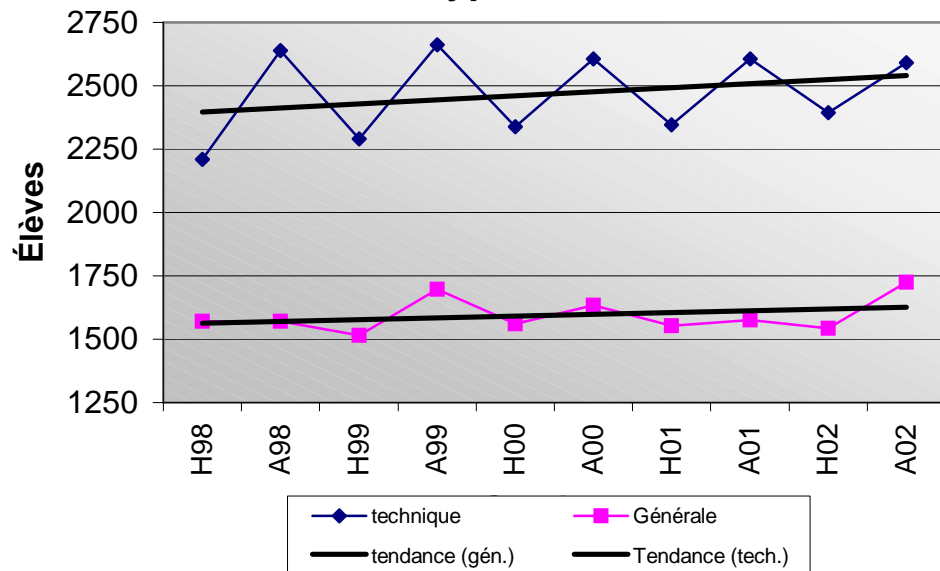
On remarque la tendance à la hausse du nombre d'admissions au Collège Montmorency. En supposant le maintien de la contribution du Collège de 0,50\$ par élève, cette tendance à la hausse assure une augmentation de cette source de revenus.

Nombre de gradués selon le type de formation



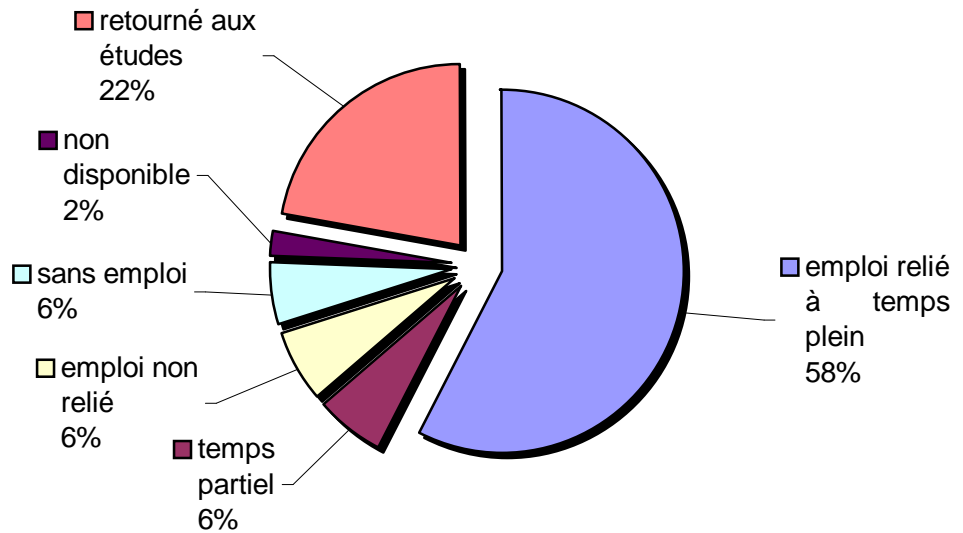
Le nombre de gradués dans les techniques étant relativement constant, ceci nous assure d'une croissance annuelle de membres potentiellement intéressés aux activités et services du BAACML.

Nombre d'élèves par session selon le type de formation



On remarque une légère tendance à la hausse du nombre d'élèves recevant une formation technique. Ceci démontre que notre groupe cible principal, les élèves dans une technique, est en constante évolution. Le nombre de nouveaux membres augmente sans cesse.

Les diplômés suite à l'obtention de leur diplôme technique (2001)



En analysant ce graphique, on remarque que 22% des anciens ayant reçu un diplôme suite à une formation technique, décident de poursuivre leurs études dans un autre domaine ou à l'université. Le sentiment d'appartenance de ces derniers ne sera sans doute pas aussi élevé que les 58% des anciens occupant un emploi à temps plein dans un domaine relié.

Pour cette raison, il serait donc préférable de cibler les efforts marketing sur les 58% occupant un emploi à temps plein.

3.2 LES BESOINS DES GRADUÉS

Au cours de l'hiver 2003, la personne en charge du placement au Collège Montmorency contactera les gradués de 2002 afin de mesurer le taux de placement de ces derniers.

Par la même occasion, ces derniers seront questionnés pour connaître leurs véritables besoins et attentes face au BAACML. Le questionnaire est retrouvé en annexe 5.

Suite à ce sondage, les résultats seront compilés afin de permettre au Bureau des anciens d'améliorer la qualité des services aux membres.

3.3 LES PARTENAIRES POTENTIELS

Certains services et activités du BAACML s'apparentent à ceux offerts par certains organismes tels que les Chambres de commerce.

Voici quelques caractéristiques de la Chambre de commerce et d'industrie de Laval :

Ses activités

- Les midi-causeries
- Les lunchs d'affaires
- Les petits-déjeuners causeries et 5 à 7 des jeunes gens d'affaires
- La semaine Laval inc.
- La journée de ski
- Le défi-entreprises

Programmes et services aux membres

- Concours Dunamis
- Forum Efficacité Énergétique Laval
- Passeport Famille au jeu
- Privilèges commerciaux (rabais)
- Solidarité Jeunesse (parrainage)
- Le Périodique Le Réseau (six fois par année)

Frais d'adhésion

- Membre régulier 155\$
- Micro-entreprise / travailleur autonome 110\$
- Étudiant 100\$
- OSBL 100\$

Comme autre partenaire potentiel, la Fondation Montmorency n'est pas à négliger. Un intérêt particulier est marqué, notamment au niveau de l'utilisation d'une base de données des membres. De plus, il serait intéressant d'envisager un partenariat pour la réalisation de certaines activités.

3.4 ANALYSE DES AUTRES BUREAUX DES ANCIENS

Grâce à une équipe visionnaire, le BAACML est un des premiers regroupements d'anciens du niveau collégial au Québec dans le secteur public.

Nous croyons fermement qu'un Bureau des anciens impliqué dans sa communauté est un apport important pour l'image de marque du Collège Montmorency. C'est pourquoi nous estimons qu'il est essentiel d'accorder le temps et les ressources nécessaires à son bon fonctionnement.

Afin d'analyser les services offerts par les autres bureaux d'anciens, une comparaison sera effectuée avec huit collèges et universités.

1. Collège Montmorency
2. Cégep de Maisonneuve
3. Cégep du Vieux-Montréal
4. Cégep de Sorel-Tracy
5. UQAM
6. Université Laval
7. Université d'Ottawa
8. Université de Montréal
9. UQTR

Tableau comparatif des Bureaux des anciens

Établissements	C. Montmorency	C. Maisonneuve	C. Vieux-Montréal	C. Sorel-Tracy	UQAM	U. Laval	U. Ottawa	U de Montréal	UQTR
Activités									
Employés	0			0	7	14	40	4	1
Année de fondation	1996				1988	1948	1946	1934	1974
Cotisation membership	N			25\$	N	O	N	N	N
Retrouvailles	X				X	X	X	X	X
Accès bibliothèque					X	X	X	X	X
Revue					X	X	X	X	X
Rabais				X	X	X	X	X	X
Fonds dédiés	X								
Tournoi de golf	X				X	X	X		
Murale	X								
Page Web	X			X	X	X	X	X	X
Répertoire des membres						X		X	
Services aux membres (stages, emplois)						X	X		
Les ateliers-conférences					X	X	X	X	X
Local permanent					X	X	X	X	X
Mentorat							X		X
Bulletin électronique					X	X	X	X	X

4. Le plan marketing

Le plan marketing traite de quatre éléments définissant les orientations du BAACML. On y retrouve les stratégies et les tactiques employées pour répondre à la mission que s'est donnée le BAACML pour atteindre ses cinq objectifs retrouvés dans la section 1.2.

Voici les quatre éléments du plan marketing :

- 4.1 Les produits et services**
Stratégies et tactiques sur le choix des produits et services offerts aux membres afin d'atteindre les cinq objectifs retrouvés dans la section 1.
- 4.2 Les communications**
Stratégies de communication pour réaliser les tactiques produits et services tout en permettant d'atteindre l'objectif marketing.
- 4.3 La place d'affaires**
Cette section mentionne la place d'affaires stratégique pour les opérations du BAACML.
- 4.4 Le prix**
Cette section mentionne la stratégie prix du BAACML.

4.1 Les produits et services

Objectif 1

Regrouper les personnes qui ont fait leurs études au Collège Montmorency de Laval

Stratégie 1.1

Formation du BAACML

Tactique 1.1.1

Formation d'un conseil d'administration et d'un comité exécutif

Cette étape fut franchit en 1996 par l'incorporation du BAACML et la nomination des premiers administrateurs.

Stratégie 1.2

Création d'une base de données versatile

Sans base de données de ses membres, il est difficile pour le BAACML d'organiser des activités de regroupement. Il est donc essentiel, en premier lieu, de développer des tactiques efficaces pour obtenir les coordonnées de ses membres.

Tactique 1.2.1

Programmation d'un module d'inscription en ligne

Afin de gérer la base de données de ses membres, un module d'inscription en ligne pour les membres sera disponible via le site WEB du Bureau.

Les membres du comité exécutif pourront accéder à cette base de données par un mot de passe pour diverses utilisations.

La base de données sera composée de différents champs précis afin de pouvoir faire une extraction selon des critères très précis. Ainsi, par exemple, il sera possible de trier rapidement les membres selon leur année de graduation ou

encore selon leur programme d'études par une simple commande.

Aussi, il sera possible d'effectuer des invitations en ciblant des membres selon des caractéristiques précises.

Les différents champs :

- Nom
- Prénom
- Sexe
- Adresse
- Ville
- Code postal
- Téléphone
- Télécopieur
- Adresse de courrier électronique
- Date de naissance
- Année de graduation
- Année d'admission
- Programme d'études
- Domaine professionnel

Tactique 1.2.2

Ajouter une section sur le site WEB pour mettre à jour leurs coordonnées en accédant à leur dossier

En offrant la possibilité de mettre à jour leurs coordonnées, les membres pourront procéder à partir de n'importe quel ordinateur grâce à un mot de passe attribué au moment de leur inscription.

Tactique 1.2.3

Inscription des nouveaux gradués au moment de la remise des diplômes

Au moment de récupérer leur diplôme, les gradués devront s'inscrire dans le répertoire du site WEB du BAACML si ce n'est déjà fait. Pour ce faire, un ordinateur sera disponible en permanence au bureau du registraire ou encore sur un formulaire papier.

Tactique 1.2.4

Faire paraître des communiqués dans les journaux

Des communiqués seront envoyés aux hebdomadaires de la région afin de faire paraître un avis de recherche des anciens du Collège Montmorency.

Tactique 1.2.5

Associations professionnelles – envoi d’un communiqué dans les associations professionnelles pour retracer les anciens

Des communiqués seront envoyés aux associations professionnelles pour faire paraître un avis de recherche des anciens du Collège Montmorency parmi leurs membres.

Stratégie 1.3

Maintien de la base de données à jour

Tactique 1.3.1

Contacter les membres au mois de mai, avant la période de déménagement

Avant la période de déménagement du mois de juillet, communiquer avec les membres afin de les inciter à effectuer leurs changements d’adresse, s’il y a lieu, en accédant à leur dossier sur le site WEB du BAACML.

Les membres pourront être contactés par courrier électronique, par la poste ou par téléphone dans la mesure du possible.

Tactique 1.3.2

Permettre aux membres d’accéder à leur dossier sur le site WEB afin de modifier leurs coordonnées

Tel que mentionné précédemment, un mot de passe sur le site WEB permettra d’accéder au dossier personnel des membres. Ces derniers pourront alors effectuer automatiquement le changement de leurs coordonnées par un formulaire conçu à cet effet.

Objectif 2

Développer un sentiment d'appartenance à leur établissement chez les gradués du Collège Montmorency

Stratégie 2.1

Création des murales des gradués

Chaque année, le Bureau des anciens produit une affiche (30" X 40"), réelle fresque vivante qui relate les battements de vie entourant chacune des années du Collège Montmorency, comme dans la communauté, et ce, tant au niveau artistique, social, économique que politique.

Les murales des gradués sont installées dans l'agora du Collège et sont à la vue du grand public. Elles ont pour objectif de souligner le passage des diplômés à chaque année en les situant dans leur contexte économique, social et culturel.



Sur chaque murale se retrouve donc :

- 1) La liste des finissants et finissantes de l'année en cours;
- 2) Les événements en société qui ont marqué cette année;
- 3) Une œuvre réalisée par un(e) artiste québécois(e) ou canadien(ne) de préférence par un ancien du Collège Montmorency.

Le budget en bref

Murale	Revenus	Dépenses
Réalisation de la murale		4 000 \$
Commanditaire de la murale	1 500 \$	

Tactique 2.1.1

Inscription des noms des gradués

Afin de développer un sentiment d'appartenance au Collège Montmorency, le nom de tous les gradués se retrouvera sur les murales. Ainsi, ces derniers pourront inviter fièrement leurs proches à voir la murale.

Tactique 2.1.2

Installation en permanence au Collège Montmorency

En installant les murales en permanence dans un endroit aussi visible que l'Agora, ceci démontre l'importance accordée aux gradués par le BAACML et le Collège Montmorency.

Tactique 2.1.3

Recherche d'un commanditaire pour la murale

Afin de financer les frais de fabrication des murales, le BAACML offre la possibilité à un commanditaire d'apposer son nom sur une petite plaque installée sous chacune des murales.

Les détails se retrouvent dans la section des Finances, Sources de financement.

Tactique 2.1.4

Créer un événement pour le dévoilement de la murale

Pour le dévoilement de la murale dans l'Agora du Collège Montmorency, un événement sera organisé pour rassembler les gradués. Ces derniers seront invités, pour l'occasion, à un 5 à 7 bière et fromage.

Pour l'occasion, le BAACML invitera son conseil d'administration, son comité exécutif, la direction du Collège Montmorency et les médias de la région.

Cette activité offre une bonne visibilité pour le BAACML, le Collège, le commanditaire de la murale et l'artiste.

Cette activité pourra être jumelée à la remise du Prix de la Relève. Toutefois, la date de cette activité dépendra du temps requis à la conception de la murale. Il est à noter que pour finaliser le tout, le concepteur doit attendre la liste officielle des gradués venant du ministère.

Tactique 2.1.5

Vente de reproduction des murales sous forme d'affiche

Le Bureau des anciens reproduira les murales sous la forme d'une mini affiche de format 11X17.

Ces affiches seront vendues aux anciens lors de la remise des diplômes ou encore lors d'activités de rassemblement telle que la soirée du Prix de la Relève.

L'objectif de ces affiches étant de créer un sentiment d'appartenance au Collège Montmorency, le Bureau des anciens vise à rentabiliser cette initiative.

Stratégie 2.2

Création et distribution de cartes de membre

Une carte de membre sera remise à chacun des membres afin de développer un sentiment d'appartenance tant auprès du BAACML que du Collège Montmorency.

Objectifs de la carte

- Informer les gradués de l'existence du Bureau des anciens;
- Développer un sentiment d'appartenance au Collège;
- Diriger les gradués vers le site WEB du Bureau des anciens pour connaître les activités et services offerts;
- Rappeler aux gradués d'effectuer leur changement d'adresse;
- Pouvoir bénéficier de rabais en présentant cette carte chez les entreprises participantes.

Tactique 2.2.1

Création et impression

Ces cartes seront plastifiées pour une plus longue durée de vie. On y retrouvera :

- le logo du Bureau des anciens;
- le site WEB du Bureau des anciens;
- le nom du gradué;
- l'adresse du gradué;
- le programme d'études;
- l'année de l'obtention du diplôme;
- les instructions pour modifier ses coordonnées.

En cas de changement d'adresse, un autocollant sera apposé sur l'ancienne adresse pour minimiser les coûts de remplacement.

Tactique 2.2.2

Distribution lors de la remise des diplômes

Dès la réception de la liste officielle des graduées, les cartes seront préparées afin de les remettre lors de la remise des diplômes.

Tactique 2.2.3

Distribution des cartes sur demande

Les anciens membres pourront obtenir leur carte sur demande.

Les gens pourront faire leur demande par téléphone, par la poste ou encore en complétant le formulaire disponible sur le site WEB. Les cartes pourront être envoyées par la poste ou récupérées au futur local du Bureau des anciens.

Objectif 3

Entretenir des liens avec le Collège Montmorency de Laval, ses élèves et l'Association Générale des Étudiants de Montmorency et collaborer avec eux en vue d'organiser des activités diverses

Stratégie 3.1

Remettre le Prix de la Relève à un ancien élève s'étant illustré suite à son passage au Collège Montmorency

Une murale commémorative est conçue pour souligner les mérites d'un ancien élève du Collège Montmorency s'étant illustré dans la société. Cette murale est affichée en permanence à un endroit approprié du Collège Montmorency. Ceci constitue une excellente visibilité pour le Bureau des anciens et la personne honorée.

Tactique 3.1.1

Le comité exécutif nommera un comité de sélection pour le choix du récipiendaire

Pour augmenter la crédibilité du Prix de la Relève, des gens externes au BAACML pourront faire partie du comité de sélection.

Tactique 3.1.2

Remise du Prix par l'ancien récipiendaire

Le récipiendaire de l'année précédente sera invité à remettre le Prix de la Relève au nouveau gagnant lors d'une soirée officielle.

Tactique 3.1.3

Demander les recommandations du personnel du Collège Montmorency pour les mises en candidature

Le comité de sélection et le conseil d'administration du BAACML feront la promotion du Prix de la Relève à l'intérieur du Collège Montmorency en rendant disponible des formulaires de mise en candidature à tout le personnel. Ces formulaires pourront être envoyés par courrier électronique, remis en main propre ou insérés dans les casiers du personnel. Ces derniers pourront alors recommander des candidats pour l'obtention du Prix de la Relève.

De plus, en impliquant les gens dans le Collège, le BAACML pourra bénéficier d'une excellente visibilité afin de se faire connaître et reconnaître.

Tactique 3.1.4

Organiser l'événement pour la remise du Prix de la Relève

Pour la remise du Prix, une activité de rassemblement sera organisée pour souligner l'événement tout en permettant à d'anciens élèves de se retrouver.

Le BAACML invitera pour l'occasion ses membres, son conseil d'administration, son comité exécutif, la direction du Collège Montmorency et les médias de la région.

Des commanditaires pourront être sollicités pour le déroulement de l'activité.

Cette activité offre une bonne visibilité pour le BAACML et le Collège Montmorency.

Le budget en bref

Le Prix de la Relève	Revenus	Dépenses
Réalisation de l'événement		2 000 \$
Commanditaires	1 500 \$	

Objectif 4

Permettre à ses membres de participer à des activités et leur faire bénéficier de services divers

Stratégie 4.1 Organiser des retrouvailles

L'activité la plus demandée des anciens est l'organisation de retrouvailles. Ceci permet de renouer les liens entre des gens d'un même programme d'études après une longue période sans nouvelle.

Tactique 4.1.1 Organiser des retrouvailles à tous les 5 ans

Pour chaque programme, organiser des retrouvailles à tous les cinq ans. Ainsi, à chaque année, six retrouvailles auront lieu afin que chacun des programmes ait ses propres retrouvailles.

Tactique 4.1.2 Impliquer les anciens étudiants dans le comité organisateur

D'anciens étudiants organiseront les retrouvailles pour leur programme d'études respectif. Ces derniers seront supportés par les membres du comité exécutif.

Ces anciens étudiants pourront être recrutés en contactant les anciens conseillers des programmes impliqués dans l'AGEM ainsi que par des suggestions du personnel enseignant.

Tactique 4.1.3

Le financement par des commanditaires ciblés

En plus des frais de participation des anciens, des commanditaires seront sollicités dans le domaine connexe au domaine de chaque retrouvailles. Ceci permettra à ces entreprises de rejoindre un public très ciblé tout en finançant un organisme sans but lucratif.

Tactique 4.1.4

Inviter les anciens par des moyens variés

Afin de s'assurer le plus grand nombre de participants, des moyens diversifiés seront employés pour inviter les gens :

- Invitation personnalisée par la poste;
- Invitation par courrier électronique;
- Mention sur le site WEB;
- Mention dans les Associations des professions concernées;
- Communiqués dans les médias;
- Banderoles sur le Collège.

Le budget en bref

Étant donné que le nombre d'élèves varie énormément d'un programme d'enseignement à l'autre, un budget différent devra être élaboré pour chaque retrouvaille. Cependant, l'équilibre est visé pour son organisation.

Stratégie 4.2

Offrir des rabais aux membres

Développer des partenariats avec différentes entreprises afin que ces dernières offrent un rabais aux membres du BAACML en échange de visibilité sur le site WEB de ce dernier.

Tactique 4.2.1

Développer des ententes de partenariat

Des entreprises seront approchées afin de développer une entente de partenariat à long terme pour offrir des rabais aux membres. Ces entreprises pourront obtenir l'exclusivité dans leur domaine.

Liste des entreprises ciblées en annexe 8.

Tactique 4.2.2

Diversifier les entreprises pour une visibilité accrue

Afin de rejoindre un maximum de gens, un nombre important d'entreprises seront sollicitées. Une telle diversité permettra de satisfaire une majorité de membres.

En maximisant ainsi la fréquence d'utilisation des rabais, le Bureau des anciens bénéficiera d'une visibilité accrue auprès de ses membres.

Catégories de rabais pour les membres

- Au Collège Montmorency
 - Accès à la bibliothèque
 - Accès au centre d'entraînement
 - Accès à la Clinique-école d'orthèses prothèses
 - Accès à la boutique
- Autres rabais
 - Abonnement à des publications
 - Assurances
 - Billets de théâtre
 - Documentation touristique
 - Hébergement et loisirs
 - Lunetterie
 - Massothérapie et Kinésithérapie
 - Concert
 - Sport et conditionnement physique
 - Téléphone cellulaire et scp numérique
 - Abonnement à Internet

Tactique 4.2.3 **Négocier une ristourne**

Les entreprises verseront une ristourne au Bureau des anciens sur les services vendus aux membres du BAACML. Le pourcentage de la ristourne est à négocier avec chaque entreprise. Cette pratique est chose courante dans les associations.

Tactique 4.2.4 **Promouvoir les rabais auprès des membres**

Un plan de visibilité sera offert aux entreprises afin de promouvoir leurs services auprès de nos membres. En maximisant les ventes des produits de nos partenaires, le Bureau maximisera ainsi ses revenus.

Tactique 4.2.5

Inciter les membres à présenter leur carte de membre pour économiser en tout temps

Pour bénéficier des rabais, les gens devront présenter leur carte de membre du BAACML. En utilisant leur carte fréquemment, le Bureau des anciens obtiendra une meilleure notoriété auprès de ses membres.

De plus, c'est en présentant leur carte de membre que les entreprises pourront accorder le rabais offert tout en comptabilisant les ristournes à remettre au Bureau des anciens par une méthode pré-définie.

Tactique 4.2.6

Diriger les gens vers le site WEB pour obtenir la liste complète des rabais offerts

Pour connaître les rabais offerts, les membres devront se rendre sur le site WEB du BAACML puisque les rabais offerts pourront varier en tout temps.

Ceci permettra d'augmenter l'intérêt des gens à visiter le site WEB.

Stratégie 4.3

Faire du site WEB un outil de réseautage pour les membres

Offrir un outil de réseautage à ses membres afin que ceux-ci puissent effectuer des contacts personnels et professionnels. Les coordonnées des membres souhaitant réseauter seront éventuellement disponibles sur le site WEB par un code d'accès attribué.

Tactique 4.3.1

Création d'une base de données

Cette base de données sera le cœur du BAACML. Elle permettra de communiquer avec ses membres de différentes façons :

- Par la poste
- Par téléphone
- Par courrier électronique

De plus, en s'inscrivant, les gens pourront se porter volontaires en cochant une case pour devenir mentor après 5 années de travail dans leur domaine. Le BAACML pourra ainsi se créer une liste de mentors.

Tactique 4.3.2

Ajout d'un lien vers le site de chaque programme enseigné au Collège Montmorency

Un lien pourra être ajouté pour chaque domaine programme au Collège Montmorency. On y retrouvera par exemple le répertoire des membres, un babillard pour les offres d'emploi, les stages, un répertoire d'entreprises dans le domaine, etc.

Tactique 4.3.3

Ajout du répertoire des membres

En rendant disponible un répertoire des membres, ceci permettra aux membres de communiquer entre eux afin de développer un réseau important.

Tactique 4.3.4

Ajout d'un formulaire pour changer ses coordonnées en ligne

Un formulaire sera créé pour les membres souhaitant effectuer la mise à jour de leurs coordonnées en accédant à leur dossier grâce à un mot de passe attribué.

Le BAACML pourra ainsi procéder efficacement aux invitations postales lors de retrouvailles, par exemple.

Tactique 4.3.5

Ajouter un forum de discussions

Un forum de discussions permettra aux membres de communiquer entre eux afin d'échanger sur différents sujets. Le BAACML pourra aussi utiliser le forum pour obtenir l'opinion de ses membres.

Le plan d'expansion du site WEB

	Actuellement	Phase 1	Phase 2
Présentation			
Objectifs	X		
Historique	X		
Signification du logo	X		
Membres du CA	X		
Membres du CE	X		
Activités et projets			
Murales des gradués	X		
Tournoi de golf	X		
Fonds dédié	X		
3 ^e millénaire	X		
Le Musée du PHEM	X		
Activités à venir	X		
Liste des rabais		X	
Inscription			
Membres	X	X	
Activités			X
Concours			X
Forum de discussions			X
Base de données			
Formulaire relié à une base de données en ligne		X	
Page pour la modification du profil des membres		X	
Répertoire des membres pour réseautage			X
Fonction pour l'envoi d'un courriel		X	
Section privée pour les membres du CE pour consulter la base de données		X	
Investissement		3 780 \$	

Le budget en bref

Pour la phase 1, développée en 2003, un montant de 3 780\$ sera investi pour améliorer la gestion interne du BAACML par la création d'une base de données en ligne.

Stratégie 4.4

Offrir le programme des Fonds dédiés aux élèves

Ce fonds donne aux élèves un outil d'appui professionnel permettant l'autofinancement, en sollicitant son entourage, concernant une activité de formation précise.

Pour bénéficier de ces services, l'élève fait la demande au BAACML pour utiliser le formulaire approprié.

L'élève pourra alors solliciter des donateurs pour l'aider à financer une activité de formation précise. Le donateur recevra alors un reçu pour fins d'impôt émis par le Collège Montmorency.

Tactique 4.4.1

Utilisation du numéro d'organisme de bienfaisance du Collège

Ce numéro, fournit par le Collège, permet d'émettre des reçus pour fins d'impôt pour les dons.

Tactique 4.4.2

Impliquer les intervenants du Collège Montmorency pour promouvoir le programme auprès des élèves

Pour faire connaître ce programme auprès des étudiants, le Bureau compte utiliser les moyens suivants :

- Rencontre avec les intervenants;
- Envoi aux chefs de départements;
- Mention sur le site WEB du BAACML;
- Mention dans l'agenda du Collège;
- Affichage dans le Collège (babillard et vitrine sur les colonnes).

Le budget en bref

Les seuls coûts pour le Bureau des anciens sont la conception et l'impression de dépliants explicatifs. Le Bureau des anciens dispose encore d'une certaine quantité de dépliants en inventaire.

Objectif 5

Supporter les élèves actuels dans le cheminement de leurs études

Stratégie 5.1

Implanter un programme de mentorat

Implanter un programme de parrainage de type mentorat par le biais de collaborations entre les membres et les élèves.

Ce service de mentorat permettra le transfert d'expertise des anciens et anciennes du Collège Montmorency auprès d'élèves.

L'expérience des mentors pourra servir à certaines activités liées au développement de l'entrepreneurship ainsi qu'à la réalisation d'événements, en collaboration avec un département et/ou un service du Collège.

Tactique 5.1.1

Recruter les mentors parmi les membres

Le BAACML recrutera des mentors ayant une expérience minimum de cinq années dans son domaine. Pour se faire, différents moyens seront employés :

- Connaissances personnelles du conseil d'administration et des membres;
- Inscription sur le site WEB;
- Chambre de Commerce de Laval;
 - Faire paraître des communiqués;
- Regroupements professionnels;
 - Faire paraître des communiqués.

Tactique 5.1.2

Offrir un mentorat de groupe

Sous forme de témoignage, les mentors pourront s'adresser aux élèves d'un groupe pour partager leurs expériences dans leur domaine d'études suite à leur passage au Collège Montmorency.

Pour ce faire, les chefs de départements et intervenants auprès des élèves seront approchés personnellement afin de les informer du service de mentorat offert.

Tactique 5.1.3

Offrir un mentorat individuel

Sous forme de rencontres occasionnelles, un mentor rencontrera un étudiant pour discuter avec lui de trois choses :

1. Les réalités du métier ou de la profession
2. Le cheminement professionnel
3. L'intégration en milieu de travail

Ce type de mentorat permettra notamment aux étudiants de poser des questions à une personne d'expérience dans un domaine connexe à son programme d'enseignement.

Le BAACML fera le lien entre les applications des élèves et les offres des mentors au fur et à mesure au cours de l'année.

Tactique 5.1.4

Offrir un mentorat en entreprise

Certains élèves pourront aussi bénéficier d'un mentor personnel qui lui transmettra ses connaissances sous forme d'une visite d'entreprise d'un jour.

L'attribution de ce stage d'un jour sera allouée selon le principe de l'offre et de la demande. Le BAACML recrutera des entreprises pour accueillir un élève pour une journée. Un formulaire sera disponible sur le site WEB et au local du Bureau des anciens pour les élèves souhaitant réaliser ce stage d'un jour.

Le BAACML fera le lien entre les applications des élèves et les offres des entreprises au fur et à mesure au cours de l'année.

Le budget en bref

La réalisation de ce projet ne requiert aucun budget de fonctionnement mis à part quelques frais de bureau tels que des photocopies, des appels interurbains et des timbres.

Les mentors pourront être remerciés en leur remettant des billets de spectacle ou tout autre forme de récompense.

4.2 Les communications

Cette section traite des moyens pour rejoindre sa clientèle cible. La publicité ne se limite pas à la publicité traditionnelle. En fait, le succès d'une campagne publicitaire repose sur la combinaison des moyens utilisés pour atteindre un objectif marketing.

Cet objectif est établi de façon à résoudre la problématique définie dans l'analyse de la situation actuelle, c'est à dire, que les membres ne connaissent pas le BAACML.

L'objectif permet également d'atteindre un positionnement souhaité comparativement à la situation actuelle.

Pour atteindre les objectifs fixés, cette section présente donc les stratégies de communication qu'emploiera le BAACML pour rejoindre ses membres, soit :

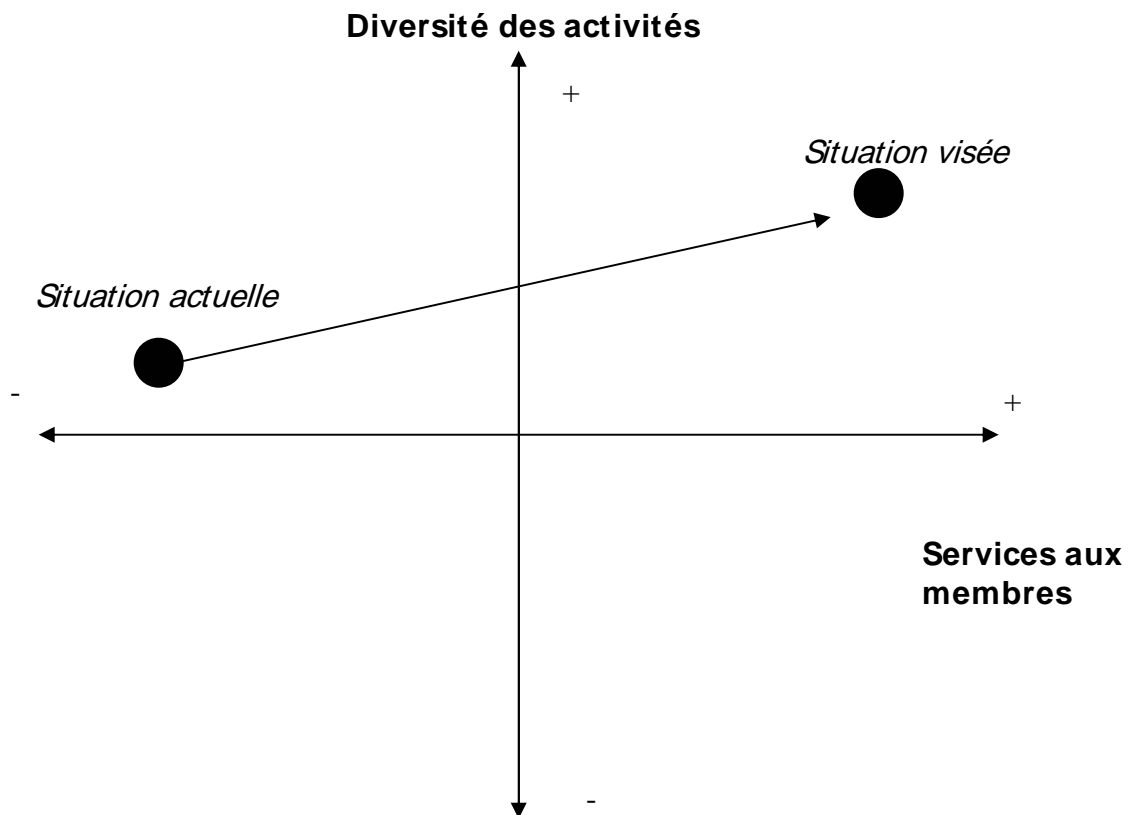
1. Le marketing direct
2. La publicité
3. Les relations publiques
4. La commandite
5. La promotion

La stratégie de positionnement

Le BAACML organise actuellement une variété d'activités intéressantes et de qualité. Cependant, ces activités sont offertes à un groupe restreint de membres étant donné la difficulté à rejoindre ses membres.

En réglant ce problème par la gestion d'une base de données, le BAACML sera en mesure de bâtir un calendrier d'activités offertes à ses membres. Par le fait même, la qualité des services aux membres sera bonifiée par l'ajout de privilèges.

Le positionnement du BAACML



Objectif marketing

Pour chaque année, obtenir et maintenir 75% des coordonnées des élèves inscrits au Collège Montmorency.

Stratégie 1.1

Marketing direct - Contacter directement les membres

Par le marketing direct, le BAACML contactera directement ses membres par différents moyens tels qu'une lettre personnalisée, un message par courrier électronique ou tout autre moyen interpellant directement la personne.

Le choix de ces différentes méthodes de communication personnalisées exigent plus de temps et d'argent que des méthodes de masse. Toutefois, elles demeurent les plus efficaces.

Tactique 1.1.1

Création et distribution de cartes de membre

Tel que mentionné dans la section 2.2 de la section Produits et services, une carte de membre sera remise à chacun des membres afin de développer un sentiment d'appartenance tant auprès du BAACML que du Collège Montmorency.

Ces cartes seront distribuées lors de la remise des diplômes et sur demande. On y retrouvera :

- Le logo du Bureau;
- Le site WEB du Bureau des anciens;
- Le nom du gradué;
- L'adresse du gradué;
- Le programme d'études;
- L'année de l'obtention du diplôme;
- Les instructions pour modifier ses coordonnées.

Objectifs de la carte

- Informer les gradués de l'existence du Bureau des anciens;
- Développer un sentiment d'appartenance au Collège;
- Diriger les gradués vers le site WEB du Bureau des anciens pour connaître les activités et services offerts;
- Rappeler aux gradués d'effectuer leur changement d'adresse;
- Pouvoir bénéficier de rabais en présentant cette carte chez les entreprises participantes.

Tactique 1.1.2

Remise d'une lettre de bienvenue et d'un dépliant explicatif

Au moment de la remise des horaires et lors de la remise des diplômes, remettre une enveloppe avec une lettre de bienvenue du BAACML accompagnée d'un dépliant explicatif des activités et services offerts.

Tactique 1.1.3

Envoi d'un bulletin d'information par courrier électronique

Afin de garder le contact régulièrement avec ses membres, l'envoi d'un bulletin d'information par courrier électronique est simple, peu coûteux et rapide.

Dans ce bulletin électronique, on pourra y retrouver le calendrier des activités, des photos des activités, les nominations et mérites remportés par les membres, etc.

Tactique 1.1.4

Envois postaux

Cette méthode permet d'inviter personnellement les anciens à des activités spécifiques en leur faisant parvenir une lettre personnalisée à leur domicile.

Quoi que plus ardue et coûteuse, cette méthode se révèle être la plus efficace selon Monsieur Michel St-Laurent, secrétaire général du Bureau des diplômés de l'Université de Montréal.

Étant donné les coûts élevés et le temps requis, cette méthode sera employée uniquement pour des activités spécifiques.

Tactique 1.1.5 **Dépliant annuel**

Un dépliant annuel sera créé et expédié aux membres afin de faire un résumé des activités du BAACML pour l'année précédente, tout en mentionnant les orientations pour la prochaine année.

Afin de minimiser les frais, le dépliant sera imprimé en noir sur une feuille 11X17 recto-verso. La distribution sera effectuée par la poste avec un autre envoi prévu.

Un espace sera prévu pour des commanditaires en bas de page.

Le budget en bref

Dépliant annuel	Revenus	Dépenses
Impression du dépliant		100 \$
Frais de poste		Inclus dans le budget
Commanditaires du dépliant	1 000 \$	

Tactique 1.1.6 **Contacteur les membres par téléphone**

Les membres pourront être contactés directement par téléphone pour des occasions spécifiques. Certaines activités très ciblées pourront justifier le temps requis pour contacter les gens.

Stratégie 1.2

La publicité

Différentes tactiques seront utilisées pour contacter les membres par des moyens de masse. Plusieurs de ces tactiques consistent à un échange de visibilité entre les partenaires pour diminuer les coûts.

Tactique 1.2.1

Conception et distribution d'un dépliant publicitaire

Un dépliant expliquant les services et activités du BAACML sera conçu et distribué, notamment, dans les bureaux de différentes associations professionnelles et les départements de programmes d'études.

Tactique 1.2.2

Échange de bandeau publicitaire

Différentes associations professionnelles seront approchées afin de procéder à un échange de visibilité sur leur site WEB.

Cet échange pourra prendre la forme de contenu ou d'un bandeau publicitaire.

Tactique 1.2.3

Envoyer des communiqués

Pour chaque événement, un communiqué sera envoyé aux médias de la région (hebdomadaires et stations de radio) et aux associations professionnelles.

Tactique 1.2.4

Annoncer les activités sur le site WEB

Des mises à jour fréquentes sur le site WEB permettront d'y annoncer le calendrier des activités pour ses membres.

Tactique 1.2.5

Rédiger un texte dans l'agenda étudiant du Collège Montmorency

Une demi-page de l'agenda remis aux élèves en début de l'année scolaire est consacrée à la diffusion d'information sur le BAACML. On y retrouve notamment les coordonnées, une description des services offerts et les bénéficiaires à s'impliquer dans le Bureau des anciens.

Tactique 1.2.6

Afficher de l'information sur une colonne d'affichage dans l'Agora du Collège Montmorency

Un tableau d'affichage est disponible dans l'Agora du Collège Montmorency pour y afficher des informations. La notoriété auprès des élèves sera ainsi augmentée.

Tactique 1.2.7

Kiosque lors de la journée porte-ouverte au Collège Montmorency

Afin de faire connaître rapidement l'existence du Bureau des anciens auprès des nouveaux élèves, un kiosque présentera les services offerts aux membres.

Tactique 1.2.8

Banderole extérieure sur le Collège Montmorency

Une banderole extérieure sur le Collège Montmorency procure une visibilité auprès des passants.

Tactique 1.2.9

Utilisation des résidences

Les nouvelles résidences du Collège Montmorency représentent un lieu privilégié pour fidéliser les élèves aux activités du BAACML.

Stratégie 1.3

Les relations publiques

Tactique 1.3.1

Un membre du conseil d'administration siège sur le conseil d'administration de la Fondation Montmorency

Une bonne relation avec la Fondation sera assurée par cette personne.

Tactique 1.3.2

Plusieurs membres du conseil d'administration occupent des postes dans le Collège Montmorency

Une bonne relation avec le Collège sera assurée par ces personnes tout en augmentant la notoriété auprès du personnel.

Tactique 1.3.3

Au moins un ancien de l'AGEM occupe un poste sur le conseil d'administration du BAACML

Une bonne relation avec l'AGEM sera développée par cette personne tout en augmentant la notoriété auprès de l'association étudiante.

Tactique 1.3.4

Implication dans les associations professionnelles

Les membres du comité exécutif participeront à quelques activités organisées par les associations professionnelles de la région. Ceci permettra d'augmenter la notoriété auprès d'anciens élèves membres de ces associations.

Tactique 1.3.5

Organiser des conférences de presse

Prix de la Relève

Lors du dévoilement du Prix de la Relève, les journalistes seront invités à rencontrer le ou les récipiendaires lors d'une soirée bière et fromage.

Le prix sera présenté par le président du Bureau des anciens et remis par l'ancien récipiendaire du Prix de la Relève.

Stratégie 1.4

La commandite

Le BAACML pourra commanditer quelques événements ou organismes si cela lui permet de répondre à ses objectifs et si le budget le permet.

Tactique 1.4.1

Commandite à la salle André Mathieu

Dans le passé, le BAACML a accepté de commanditer un siège de la Salle André-Mathieu dans le cadre d'une campagne de financement.

Tactique 1.4.2

Commandite de la Fondation Montmorency

En 2002, le Bureau des anciens a accepté de commanditer 500\$ à la Fondation Montmorency dans le cadre de leur campagne de financement.

Stratégie 1.5

La promotion

Tactique 1.5.1

Promotion avec des commerces locaux

En échange de produits et services offerts au BAACML dans le cadre d'une activité particulière, une visibilité leur sera offerte sur les lieux de l'activité.

Tactique 1.5.2

Concours pour retracer les anciens membres

Se faire commanditer un prix à faire tirer aux gens ayant permis au BAACML de retrouver des membres. Une chance de gagner sera offerte au recruteur pour chaque membre retrouvé.

Ce concours pourra être offert directement aux membres.

Tactique 1.5.3

Concours pour motiver les membres à participer aux activités

Des billets de spectacles, ou autre, pourront être remis par un tirage entre les membres s'étant inscrits aux activités avant une date limite.

4.3 La place d'affaires

Bureau de la direction

Le Bureau des anciens ne dispose pas d'un local permanent actuellement. Cependant, des démarches sont en cours afin de disposer d'un endroit où s'installer en permanence.

Un tel local favorisera l'efficacité du travail des membres du comité exécutif permettra nettement d'améliorer l'efficacité de l'implication des membres du comité exécutif. Les communications et le suivi des dossiers seront grandement facilités.

Actuellement, les dossiers actifs circulent entre les membres du comité exécutif. Les autres dossiers et effets du BAACML sont entreposés, pour leur part, dans un classeur dans les locaux de la direction des Services et Affaires Étudiantes.

Au même endroit, une ligne téléphonique avec une boîte vocale permet de prendre les messages des membres.

4.4 Le prix

Carte de membre

Pour être membre et profiter des services offerts par le Bureau des anciens, aucun frais n'est exigé. Tous les anciens deviennent membres gratuitement et automatiquement.

Par définition, l'objectif du Bureau est de regrouper en corporation les anciens élèves du Collège Montmorency. Il serait donc illogique d'exiger des frais pour être reconnu comme un ancien.

Les activités

Pour participer aux activités organisées (tournoi de golf, retrouvailles, etc.), le Bureau des anciens exigera des frais afin de rentabiliser ses activités.

5. Les finances

5.1 LES PRÉVISIONS BUDGÉTAIRES

LES REVENUS

	2003	2004
Revenus des activités	6 700 \$	12 000 \$
Commandites	3 500 \$	4 500 \$
Subvention 0,50\$ par élève	2 500 \$	2 500 \$
Ristournes sur partenariats	1 000 \$	5 000 \$
Subvention	9 000 \$	0 \$
Contribution du Collège	5 000 \$	3 000 \$
FINANCEMENT TOTAL	27 700 \$	27 000 \$

LES DÉPENSES

	2003	2004
1. FRAIS D'OPÉRATION		
Conception d'une murale	4 000 \$	4 000 \$
Cartes de membres	1 000 \$	500 \$
Réalisation des activités	4 800 \$	8 300 \$
Publicité et commandites	1 000 \$	1 000 \$
Frais de poste	1 000 \$	1 000 \$
Divers	500 \$	500 \$
Salaires et avantages sociaux	0 \$	11 000 \$
TOTAL DES FRAIS D'OPÉRATION	12 300 \$	26 300 \$
2. FRAIS DE DÉVELOPPEMENT		
Salaires et avantages sociaux	9 000 \$	0 \$
Impression (dépliants, etc.)	2 000 \$	1 000 \$
Site WEB	3 780 \$	0 \$
TOTAL FRAIS DE DÉVELOPPEMENT	16 780 \$	1 000 \$
COÛT TOTAL	27 080 \$	27 300 \$

5.2 LES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT

1. Tournoi de golf annuel

Le Bureau des anciens organise chaque année un tournoi de golf permettant à ses membres de renouer ses liens avec d'autres gradués du Collège tout en permettant au BAACML d'amasser quelques fonds.

Objectif

Réunir les membres dans une activité récréative d'autofinancement

Stratégie

Organiser un tournoi de golf permettant à ses membres de renouer ses liens avec d'autres gradués du Collège. Un souper au restaurant suivra l'activité.

Étapes

- Réservation du terrain de golf;
- Réservation au restaurant;
- Recherche de prix de participation commandités;
- Fixer une date limite d'inscription et confirmer le nombre de participants au terrain de golf et au restaurant;

Publicité de l'événement

- Invitation par courrier électronique;
- Mention sur le site WEB avec un formulaire d'inscription;
- Les membres du conseil d'administration invitent leurs conjoints et connaissances;
- Organiser un concours pour inciter les gens à former un groupe de quatre;
- Envoi de communiqués dans les journaux locaux;
- Demande de commandites des journaux locaux pour un espace publicitaire gratuit.
- Solliciter les partenaires du BAACML à assister à l'activité.

Le budget

L'organisation de l'activité n'implique aucun risque financier pour le Bureau des anciens étant donné que les membres défraient leur coût de participation fixé par le BAACML. Ce dernier se réserve une marge de bénéfice.

Commandite

Un plan de visibilité sera développé pour une entreprise souhaitant commanditer l'activité.

Tournoi de golf	2003	2004
Objectif	60 participants	100 participants
Revenus		
Vente de billets	4 200 \$	7 000 \$
Commandite	500 \$	1 000 \$
Total des revenus	4 700 \$	8 000 \$
Dépenses		
Golf + restaurant	3 800 \$	6 300 \$
Total des dépenses	3 800 \$	6 300 \$
Bénéfice	900 \$	1 700 \$

2. Soupers-bénéfices

Suite à une entente de partenariat, le service alimentaire du Collège Montmorency (Chartwells) commandite quatre (4) soupers-spaghetti pour lui permettre d'amasser des fonds.

Pour l'instant, faute de temps et de ressources humaines pour organiser ces soupers-bénéfices, le nombre de repas commandités n'est pas utilisé au maximum.

Ces soupers pourront être organisés pour des occasions spéciales telles que pour la remise du Prix de la Relève ou lors du dévoilement de la murale. Afin d'attirer le maximum de gens pour ces soirées, un invité de marque pourra être invité à présenter une conférence.

	2003	2004
Objectifs	1 souper X 100 participants	2 soupers X 100 participants
Revenus		
Vente de billets (25\$)	2 500 \$	5 000 \$
Commandites	500 \$	1 000 \$
Total des revenus	3 000\$	6 000 \$
Dépenses		
Repas / boisson (commandite)	0 \$	0 \$
Invitations	500 \$	1 000 \$
Conférence	500 \$	1 000 \$
Total des dépenses	1 000 \$	2 000 \$
Bénéfice	2 000 \$	4 000 \$

5.3 Les commandites

Un plan de commandite sera élaboré pour l'ensemble des activités du BAACML. Différents montants seront demandés en échange d'une visibilité tout au long de l'année alors que pour certaines activités spécifiques, des échanges de services seront comptés comme commandite.

Activités	2003	2004
Site WEB		
Conception	À négocier	A négocier
Hébergement	Collège Montmorency	Collège Montmorency
Murale des gradués		
Artiste	À déterminer	À déterminer
Production	Échange de visibilité	Échange de visibilité
Visibilité murale	1 500 \$	1 500 \$
Prix de la relève		
Infographie	Échange de visibilité	Échange de visibilité
Photographe	Échange de visibilité	Échange de visibilité
Production, impression et laminage	Échange de visibilité	Échange de visibilité
Repas	Chartwells	Chartwells
Souper-conférence (décoration)	Échange de visibilité	Échange de visibilité
Vin d'honneur	Collège Montmorency	Collège Montmorency
Visibilité	500 \$	1 000 \$
Tournoi de golf		
Prix en cadeau	Échange de visibilité	Échange de visibilité
Visibilité	500 \$	1 000 \$
Dépliant annuel		
Visibilité (2 X 500\$)	1 000 \$	1 000 \$
TOTAL	3 500 \$	4 500 \$

5.4 AUTRES SOURCES DE FINANCEMENT POTENTI ELLES

- **Fonds Jeunesse**
Un montant de 9 000 \$ est demandé pour le salaire d'un employé à temps partiel.
- **Commandite des murales des années antérieures**
Plusieurs murales n'ont pas encore trouvé preneur par un commanditaire. Comblé ce manque permettrait d'amasser environ 15 000 \$ (10 x 1 500 \$).
- **Services et Affaires Étudiantes (SAE)**
Ce département a permis au BAACML de fonctionner dans les années antérieures. Quoi que le Bureau des anciens souhaite devenir autonome, cette source de financement de dernier recours n'est pas à négliger.
- **Fondation Montmorency**
Pour certaines activités, la Fondation Montmorency peut s'avérer un partenaire financier. Une demande écrite pour un projet précis doit être formulée et présentée à celle-ci.
- **Association Étudiante (AGEM)**
Pour certaines activités, l'AGEM peut s'avérer un partenaire financier. Une demande écrite pour un projet précis doit être formulée et présentée à celle-ci.
- **Commanditaires corporatifs**
Les entreprises à la recherche de visibilité auprès des membres du BAACML sont une source de financement importante à développer par le développement d'un plan de visibilité dans le calendrier des activités.
- **Subventions salariales – Emploi Québec**
Le gouvernement du Québec gère un programme d'aide à l'insertion au travail de certaines personnes en défrayant jusqu'à 40% des salaires.

La bibliographie

Documents

Bourguignon, Claude, Club entrepreneur étudiant du Collège Montmorency, Plan d'action, Laval, Octobre 2001, 24 pages.

Fillion, Marc et Colbert, François, Gestion du marketing, Gaétan Morin éditeur, Boucherville, 1990, 631 pages

Lendrevie, Jacques et Brochand, Bernard, Le Nouveau Publicitor, 5^e édition 2001, Dalloz, 651 pages

Thomas, Luc, La relance des diplômés et diplômées des techniques collégiales Promotion décembre 2000 Promotion mai 2001, Services des affaires étudiantes du Collège Montmorency, Laval, juin 2002, 81 pages

Références

Entrevue téléphonique réalisée le 20 septembre 2002.

M. Michel St-Laurent, secrétaire général du Bureau des diplômés de l'Université de Montréal

Sites WEB

www.ccilaval.qc.ca

www.cegep-sorel-tracy.qc.ca

www.cmontmorency.qc.ca/anciens

www.collegenotre-dame.qc.ca/autres

www.dum.umontreal.ca/

www.ulaval.ca/adul

www.unites.uqam.ca/bdiplomes/

www.uottawa.ca/anciens/index.html

www.uqtr.ca/diplome

Les annexes

1. Le conseil d'administration
2. Le comité exécutif
3. Les rapports annuels
4. Analyse des autres Associations de diplômés
5. Questionnaire – analyse des besoins et attentes des gradués
6. Les programmes de subventions
7. Les plans d'action antérieurs
8. Rabais aux membres de l'UQAM
9. Le programme d'annuaire électronique de l'Université Laval
10. Extrait d'une entrevue téléphonique
11. Offre de service – Modification au site Internet

Annexe 1

Le conseil d'administration



Philippe Adans

Membre corporatif
Gérant de district
Chartwells



Jacques Barrette

Délégué du Collège Montmorency
Directeur Service des affaires étudiantes
Collège Montmorency



Annie Bertrand

Diplômée en Estimation et évaluation du bâtiment 1998
Technicienne en évaluation
Ville de Montréal



Didier Chrétien

Diplômé en Sciences humaines 1990
Directeur Service à la clientèle
Bell Interactif

Isabelle Dauphinais

Diplômée en Arts et Lettres 1990
Conseillère en emploi
Centre de recherche emploi Laval



Pierre Demarbre

Délégué du Collège Montmorency
Coordonnateur Ressources financières
Collège Montmorency



Alain Dionne

Diplômé en Sciences humaines 2001
Élève en Actuariat
Université de Montréal



Denise Dufresne

Membre corporatif
Directrice générale
Fondation Montmorency



Éric Hébert

Diplômé en Sciences humaines 1995
Responsable des ressources humaines
Conceptis Technologies Inc.



Nancy Jacobsen

Diplômée en Arts et Lettres 1996
Designer d'intérieur
La Una Design



Guylaine Houle

Diplômée en Orthèses et prothèses 1998
Orthésiste - Prothésiste
Laboratoire Langelier-Lanoué



Sylvie Laplante

Déleguée du Collège Montmorency
Registraire
Collège Montmorency



Philippe Lazzaroni

Diplômé en Sciences administratives 1990
Président
Informatique Direct Impact Inc.



Mathieu Lefebvre

Diplômé en Techniques de l'informatique 2000
Analyste-programmeur senior
Informatique Direct Impact Inc.

Annexe 2

Le comité exécutif



De gauche à droite, voici les membres du Comité exécutif :

Alain Dionne, coordonnateur; Guylaine Houle, vice-présidente; Philippe Lazzaroni, président; Annie Bertrand, secrétaire-trésorière; et Mathieu Lefebvre, coordonnateur.

Annexe 3

Le rapport annuel 2000

2000	
<u>Revenus</u>	
Commandites du SAE / SC	3000,00\$
• Affaires corporatives (2000\$)	
• Page WEB et fichier des membres (1000\$)	
Commandites du SAE	6259.76\$
• Revenus retrouvailles Orthèses et Prothèses (309.76\$)	
• Achat Murale 2000 par SAE.SC (3650\$)	
• Subvention du SAE.SC 50¢ par élève par année (2300\$)	
Total des revenus	9259,76\$
<u>Dépenses</u>	
Déclaration annuelle 2000	32,00\$
Honoraires professionnels / affaires corporatives	2680,00\$
Honoraires professionnels / Murales des gradués (1999-2000)	6130,00\$
Publicité	64,42\$
Don monétaire au projet Maroc du Collège	150,00\$
Commandite un fauteuil à votre nom, salle André Mathieu	250,00\$
Total des dépenses	9306,42\$
Bilan 2000	(46,66\$)
Encaisse au 31 décembre 2000	4912,71\$

Annexe 4

Analyse des autres Associations de diplômés

4.1 Université d'Ottawa

Les buts et objectifs de l'Association sont de:

Promouvoir les intérêts de l'Université d'Ottawa dans ses efforts continus visant à présenter une image vraiment bilingue de la culture canadienne et de l'excellence universitaire;

Promouvoir les intérêts de ses membres et resserrer les liens existant entre les anciens et les anciennes et leur Alma Mater;

Encourager les anciens et les anciennes à participer à la vie de l'Université;

Collaborer à l'avancement de l'enseignement supérieur; et

Faire toute activité de manière à ce que les objectifs susmentionnés soient atteints.

Programme de mentorat

<http://www.uottawa.ca/anciens/index.html>

Avantages d'être membre

Abonnement gratuit au [magazine Tabaret](#)

- livré à votre bureau ou à votre domicile trois fois l'an, au printemps, à l'automne et en hiver
- articles de fond, profils d'anciens et d'anciennes, nouvelles de l'Association, du campus et de vos camarades d'études

Accès gratuit au Réseau de bibliothèques

- empruntez jusqu'à 10 ouvrages pour deux semaines
- gamme complète de services de référence, catalogue automatisé
- large éventail de bases de données en réseau

Accès au [Centre des carrières et des emplois](#)

- accès illimité offert à tarifs préférentiels
- gamme complète de services liés à la recherche d'emploi
- de nombreux ateliers pratiques
- accès gratuit à ConnexionTravail

Accès aux ateliers publics du Service de formation professionnelle

- 20 % de rabais sur les frais d'inscription
- vaste choix d'ateliers publics
- évaluation individuelle, encadrement, séances de tutorat, etc.

Accès aux services sportifs

- 20 % de rabais sur les frais d'inscription annuels, semestriels et mensuels
- installations comprenant gymnases, piscine, salle de musculation, terrains de squash et de racquetball, terrain de sport, patinoire et plus
- large éventail d'activités éducatives, récréatives, sportives et de plein air
- accès aux installations sportives à tarif préférentiel à l'Université du Québec à Hull et à l'Université Laval

Rabais Tilden, Internet, assurances et autres

Carte de crédit avec un don à l'association sur leurs achats

Événements et activités pour vous

- 8 cercles officiels au Canada
- cercles de facultés et de sports
- tournoi de golf annuel
- Conseil d'administration. Présentez-vous comme candidat.
- Programme de mentorat. Soyez un mentor pour un élève.
- Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec le Bureau des anciens : 1 800 465-1888

4.2 UQAM

Bureau des diplômés
Université du Québec à Montréal
Pavillon Maisonneuve
405, boul. de Maisonneuve Est, 1er étage, bureau B-1105
Montréal (Québec)
H2L 4J5

<http://www.unites.uqam.ca/bdiplomes/bienvenue/index.html>

Téléphone:

- Secrétariat (514) 987-3098
- Télécopieur (514) 987-8210

Heures d'ouverture:

Du lundi au vendredi
de 9 h à 17 h
(du lundi au jeudi inclusivement
de la fin juin à la fin août)

Les activités

- activités de retrouvailles et socioculturelles (réservez vos places en ligne!),
- services et privilèges offerts aux diplômés,
- associations de diplômés sectorielles et de programmation (par facultés et secteurs),
- nos publications et communiqués de presse (magazine Suites, Suites Express, etc.),
- nouvelle politique de reconnaissance des associations de diplômés,
- programme de mentorat professionnel offert aux élèves,
- appels de candidature pour siéger à des conseils d'administration,
- mise à jour de vos coordonnées en ligne,
- contribution des diplômés,
- invitation à visiter le site de l'UQAM.

Bulletin électronique des diplômés de l'UQAM *Suites Express*
(bimensuel)

Magazine *Suites*

Développer des ententes de partenariat visant à offrir des produits et des services privilégiés pour les diplômés.

Petits-déjeuners causeries (réseautage - 1 par mois)

Retrouvailles région de Québec des diplômés de l'Université de Sherbrooke, de l'Université de Montréal et de l'UQAM

PRODUITS, SERVICES ET PRIVILÈGES

- **Sur le campus**

- Accès au réseau des bibliothèques
- Branchement Internet par modem
- Cadres UQAM
- Formation en bureautique, multimédia et informatique
- Formation en langues
- Montres UQAM
- Séminaires

- **Hors campus**

- Abonnement à des publications
- Assurances
- Billets de théâtre
- Documentation touristique
- Hébergement et loisirs
- Location d'œuvres d'art
- Lunetterie
- Massothérapie et Kinésithérapie
- Radio-concerts
- Ski
- Sport et conditionnement physique
- Téléphone cellulaire et scp numérique

4.3 UQTR

Réseau des diplômés

1014, Suzor-Côté
(819) 376-5011 poste 2581
Responsable : Marc Boivin

Heures d'accueil

Lundi au vendredi

8h30 à 12h
13h30 à 17h

Le Réseau des diplômés de l'UQTR (RDD) a pour but d'associer davantage les diplômés au développement de l'UQTR et de les informer des services et privilèges qui leur sont offerts. Ce point de service entièrement dédié aux relations avec les diplômés réalise les activités de communication et d'information, produit la revue *energia*, assure la permanence des services offerts aux diplômés et joue un rôle d'animation et de soutien aux anciens et à l'Association des diplômés. Le RDD voit à la gestion des coordonnées des diplômés de même qu'aux demandes spécifiques d'information de la part des diplômés et des différents services de l'UQTR.

L'Association des diplômés, quant à elle, est une corporation autonome, avec un mandat spécifique et une mission en lien notamment avec les activités de retrouvailles et de conventums. À partir d'un règlement de régie, qui encadre le fonctionnement de l'Association, les administrateurs et bénévoles voient à l'émergence de projets susceptibles d'alimenter le grand réseau des diplômés. À l'aide de guides élaborés en collaboration avec le RDD, l'Association veille à planifier de nouveaux événements. Finalement, l'Association, toujours avec la complicité du RDD, s'applique à développer de nouveaux services et privilèges à l'intention des diplômés.

4.4 Université Laval

L'Association des diplômés de l'Université Laval

Pavillon Desjardins
Bur. 3548
Université Laval, Qc.
G1K 7P4
Tél. : (418) 656-3242,
1-800-463-6875
Télec.: (418) 656-7401
adul@adul.ulaval.ca

Revue Contact

CyberContact par email : 5 fois / année

<http://www.ulaval.ca/adul/bulletins/cybercontact.html>

Bureau de Montréal

Association des diplômés de l'Université Laval
425, rue de la Gauchetière Est
Montréal, Québec
H2L 2M7

L'Association des diplômés de l'Université Laval (ADUL), qui regroupe plus de 185 000 diplômés, est un organisme à but non lucratif créé en 1948 dans le but de promouvoir et de maintenir un attachement constant des diplômés envers leur université et d'établir d'une manière permanente des relations utiles et avantageuses entre les diplômés. L'Association est représentée par des Clubs de diplômés dans 10 régions du Québec, dans 4 villes canadiennes situées hors Québec, dans cinq villes américaines, en Belgique, au Chili, en France, à Haïti, au Maroc, au Mexique, en Suède et en Tunisie. Les diplômés de l'Université Laval, que ce soit au Québec, au Canada ou ailleurs dans le monde, jouent, dans leurs milieux respectifs et dans tous les domaines de l'activité humaine, un rôle indispensable et enrichissant pour la société et pour leurs semblables.

L'Association des diplômés de l'Université Laval s'est donnée comme buts de créer, de maintenir et de développer des liens entre les diplômés de l'Université Laval; de favoriser un esprit d'appartenance à leur université; d'assurer son développement de différentes façons et d'assurer pleinement la présence de l'Association au sein d'organismes universitaires et para-universitaires, de corporations professionnelles, ainsi que dans les milieux d'affaires et socioculturels et, d'une façon plus générale, dans les multiples activités de notre société. L'ADUL s'est également donnée comme mission d'apporter son soutien pour le bien-être et pour le développement des élèves lors de leur passage à l'Université.

Les activités annuelles :

- 50e anniversaire de promotion
- Cérémonie de remise de bourses
- Classique de Golf de Montréal
- Classique de golf de Québec
- Classique des neiges
- Gala de Montréal
- Remise des médailles «Gloire de l'Escolle» et «Raymond-Blais»
- Rendez-vous Laval
- Retrouvailles annuelles

Les partenaires

Globe Trotter – rabais abonnement Internet

Industrielle Alliance – rabais assurance

Fido - cellulaire

Cybernétique Technologie

Rabais Campus – rabais abonnement de journaux et de magazines

Château Bonne Entente

Via Rail

Hôtels Gouverneurs

Fondation Université Laval

Budget

PEPS – rabais

Nautilus Plus - rabais

4.5 Association des anciens élèves du Collège Notre-Dame du Sacré-Cœur

Collège Notre-Dame
3791, chemin Queen Mary
Montréal (Québec) H3V 1A8
Téléphone : (514) 739-3371
Télécopieur : (514) 739-4833

<http://www.aaacnd.qc.ca>

L'Association des Anciens et Anciennes du Collège Notre-Dame existe sous sa forme actuelle depuis 1989. Elle poursuit les buts suivants :

- Favoriser les liens d'affaires entre les anciens et anciennes du Collège Notre-Dame;
- Créer des lieux et des moments de rencontre entre ceux et celles qui ont fréquenté le Collège Notre-Dame;
- Jouer un rôle de support auprès de ses membres;
- Jouer un rôle de soutien auprès du Collège Notre-Dame, notamment en octroyant des bourses d'excellence;
- Développer le sentiment d'appartenance auprès des anciens et des anciennes;
- Contribuer de diverses façons au rayonnement du Collège Notre-Dame.

4.5 UNIVERSITÉ DE MONTRÉAL

*Pavillon 3744 Jean-Brillant
C.P. 6128, succ. Centre-Ville
Montréal (Québec)
H3C 3J7*

*Téléphone: (514) 343-6230
Télécopieur: (514) 343-5798*

Fondée en 1934 et comptant plus de 150 000 membres, l'Association a pour mandat de maintenir le sentiment d'appartenance des diplômés à l'égard de l'Université et de contribuer au rayonnement de leur *alma mater* dans la communauté. En plus d'organiser des activités sociales, culturelles et sportives, l'Association publie deux fois l'an, au printemps et à l'automne, la revue *Les Diplômés*.

La Revue Les Diplômés

Depuis 1934, l'Association édite une revue (connue depuis septembre 1980 sous le nom *Les Diplômés*) qu'elle distribue gratuitement à tous ses membres. Parmi ceux-ci, certains se souviendront peut-être du temps où l'Association leur expédiait *L'Action universitaire*, *L'Inter*, ou encore *L'Interdit*, les trois ancêtres de notre publication actuelle.

Maintenant tirée à plus de 150 000 exemplaires à raison de deux numéros par année, la revue demeure le seul lien permanent entre l'Université et l'ensemble de ses diplômés. Elle constitue par ailleurs un excellent véhicule publicitaire, étant donné le haut degré d'instruction, le grand nombre et la variété de ses lecteurs. Notons que notre publication est également expédiée à certaines bibliothèques municipales, collégiales ou universitaires, à des ambassades, des consulats, des corporations professionnelles, des médias électroniques, des maisons d'édition, de publicité ou de presse écrite.

Les Rabais offerts aux diplômés

Assurances

Bibliothèques du campus

CEPSUM

GlobeTrotter

CIBC Wood Gundy

Rabais Campus

Parc aquatique - Mont Saint-Sauveur

Cascades d'eau - Piedmont

VISA Desjardins — Les diplômés

Les activités

Des conférences, cocktails, soirée de théâtre.

Il existe des associations de diplômés dans les différents programmes.

Annexe 5

Questionnaire – Analyse des besoins et attentes des gradués

Sexe : ____ M ____ F

Groupe d'âge :

- 18 à 24 ans
- 25 à 34 ans
- 35 à 44 ans
- 45 ans et plus

Année de graduation :

Nom du programme :

Formation technique _____
ou
Formation générale _____

Savez-vous que le Collège Montmorency a formé un Bureau des anciens ?

- oui
- non

Saviez-vous que vous êtes membre du Bureau des anciens ?

- oui
- non

Nommez-nous les services offerts par le Bureau des anciens ?

ne sais pas

Quels sont les services que vous aimeriez recevoir du bureau des anciens ?

- Carte de crédit pour financer le Bureau des anciens
 - Fonds dédiés
 - Mentorat
 - Tournoi de Golf
 - 5 à 7 (activités de réseautage)
 - Ateliers-conférences
 - Journal des gradués (abonnement)
 - Bulletin électronique
 - Réseau de parrains / marraines pour les élèves
 - Liste des gradués pour réseautage
 - Volet international pour stages
 - Création d'une banque de professions diverses exercées par les anciens et pouvant servir de piste aux élèves actuellement en formation
 - Autres
-
-
-

Seriez-vous intéressé à participer à des retrouvailles ?

- oui
- non

Seriez-vous intéressé à organiser des retrouvailles pour les gradués de votre domaine d'étude ?

- oui
- non

Jusqu'à combien seriez-vous prêt à payer pour participer à des retrouvailles ?

- 0 - 15\$
- 16\$ à 25\$
- 26\$ à 40\$
- 41\$ et plus

Annexe 6

Programmes de subvention

Développement des Ressources Humaines du Canada
http://www.youth.gc.ca/elink/part1/part1prog24_f.shtml

Placement carrière-été

Placement carrière-été (PCE) est un programme de subventions salariales qui permet à des organismes sans but lucratif et à des employeurs des secteurs privé et public de créer, pour les élèves, des emplois d'été axés sur la carrière. Les projets proposés sont évalués en fonction de leur capacité de préparer adéquatement l'élève au marché du travail et de la qualité de la supervision, du savoir transmis et de l'expérience qu'ils permettent d'acquérir. Les employeurs gagnent en recrutant des élèves du niveau secondaire, collégial ou universitaire pendant 6 à 16 semaines et les élèves acquièrent de l'expérience dans le domaine qu'ils ont choisi.

Vous pouvez vous procurer des formulaires de demande pour Placement carrière-été au bureau de Développement des ressources humaines Canada de votre localité. La date de tombée de présentation des demandes est habituellement en mars. On encourage les employeurs à communiquer avec les bureaux de Développement des ressources humaines Canada pour recruter des travailleurs élèves. (Les coordonnées du bureau le plus près de chez vous figurent dans les pages de l'annuaire téléphonique réservées au gouvernement du Canada.)

Pour obtenir d'autres renseignements, s'adresser au bureau de Développement des ressources humaines Canada de votre localité ou téléphoner à la ligne Info-jeunesse, au : 1 800 935-5555.

Emploi Québec

Programme de subvention salariale
Jusqu'à 40% du salaire
Communiquez avec un agent aux entreprises
972-3133
Madame Lucie Deschênes poste 303
Monsieur Martel poste 307

Annexe 8

LES RABAIS AUX MEMBRES (UQAM)

ABONNEMENT À DES PUBLICATIONS

RABAIS CAMPUS

Service d'abonnements: journaux, magazines, etc.

Tarifs privilégiés

Information:

- Tél.: (514) 982-0180 / 1 800 361-3821

ASSURANCES

MELOCHE MONNEX

Programme d'assurances habitation, automobile, voyage et micro-entreprise.

Tarifs et avantages exclusifs (soumission en ligne)

Information:

- Tél. (514) 384-1112 / 1 888 589-5656

- www.melochemonnex.com

BILLETS DE THÉÂTRE

THÉÂTRE DE QUAT'SOUS

Billets et abonnement (achat par carte de crédit seulement).

Réduction de 20 %

Information:

- Tél.: (514) 845-7277

THÉÂTRE DU RIDEAU VERT

Billets et abonnements offerts à tarif privilégié

Tarifs privilégiés

(Lors de la réservation, veuillez mentionner le numéro de référence BD0201.)

Information:

- Tél.: (514) 845-0267

THÉÂTRE ESPACE GO

Réduction sur les tarifs courants des productions ESPACE GO [A] ou [V]

Information:

- Tél.: (514) 845-4890

DOCUMENTATION TOURISTIQUE

LIBRAIRIES ULYSSE

Librairies spécialisées en tourisme et voyage. Six succursales au Québec et une à Toronto.

Réduction de 10 %

Information:

- Tél.: (514) 843-9882

HÉBERGEMENT ET LOISIRS

CENTRE ÉCOLOGIQUE LA HUARDIÈRE

Hébergement à l'Auberge La Huardière (pour vos vacances et réunions d'affaires), située à Saint-Michel-des-Saints, sur les rives du lac Lusignan.

Réduction de 15 %

Information:

- Téléphone: (514) 954-4417/1-888-833-6661

- www.unites.uqam.ca/huardiere

LOCATION D'ŒUVRES D'ART

ARTOTHÈQUE DE MONTRÉAL

Service de location d'œuvres d'art surtout contemporaines: huile, acrylique, gravures, photographies, sculptures, etc.

Réduction de 20 %

Information:

- Tél.: (514) 278-8181

LUNETTERIE

GREICHE & SCAFF ET POLYCLINIQUE VISUELLE

Offerts dans 57 succursales à travers le Québec

Programme corporatif VISION SANTÉ

- Plan solo (30 %)
- Plan signature (15 % et 30 %)
- Plan duo (40\$) 2 pour 1
- Plan avantages multiples (15 %)
- Plan chirurgie laser plus

Avec la carte Visa Desjardins, achetez maintenant et payez en 12 versements égaux sans intérêts.

Nombreux forfaits et prix avantageux

Information:

- Tél.: (514) 336-4444 ou 1-877-667-2020

MASSOTHÉRAPIE ET KINÉSITHÉRAPIE

CENTRE DE SANTÉ BARON

Massothérapie et kinésithérapie.

Tarifs privilégiés

Information et rendez-vous:

- Tél.: (514) 285-4234

RADIO-CONCERTS

CENTRE PIERRE-PÉLADEAU (SALLE PIERRE-MERCURE)

Abonnement aux radio-concerts du Centre Pierre-Péladeau.

Tarifs privilégiés

Information:

- Tél.: (514) 987-6919

SKI

LES STATIONS DE LA VALLÉE DE SAINT-SAUVEUR

Billets à prix réduits

Information, prix et bon de commande:

- Tél.: (514) 987-3098

- Bon de commande:

www.unites.uqam.ca/0billets_ski_privileges.pdf

STATIONS LE CHANTECLERC

Billets privilèges

Information:

Dominique Montplaisir

Tél.: (514) 393-8228 p.609 ou 1 800 363-2420 p.609

SPORT ET CONDITIONNEMENT PHYSIQUE

NAUTILUS PLUS

Programme d'abonnement offert par Nautilus Plus (forfaits: aérobic, tennis, musculation, etc.)

Offert également aux conjoints et aux enfants âgés de moins de 18 ans.

Tarif privilégié de 40 \$ sur frais d'adhésion et réduction sur les différents forfaits

Information et obtention du certificat d'abonnement:

- Tél: (514) 987-3098

TÉLÉPHONE CELLULAIRE ET SCP NUMÉRIQUE

BELL MOBILITÉ

Forfait offrant des services et options selon vos besoins

Nombreuses réductions

Information:

- Tél: 1-800-361-0040

(Veuillez mentionner le numéro de référence QFUQM58)

Annexe 9

L'annuaire électronique de l'Université Laval

À qui s'adresse l'annuaire électronique?

La consultation de l'annuaire est réservée uniquement aux membres partenaires, incluant les nouveaux diplômés et les membres à vie. De plus, pour consulter cet annuaire, vous devez posséder votre numéro de membre et votre code d'accès.

Qu'est-ce que l'annuaire électronique?

L'annuaire électronique réunit les noms et les coordonnées des diplômés (qu'ils soient membres partenaires ou non) qui s'y sont inscrits. Les utilisateurs de l'annuaire peuvent effectuer une recherche dans la banque de noms selon différents critères : par nom, par région, par année de promotion, par groupe de promotion, par diplôme, etc. Par exemple, les utilisateurs peuvent être en mesure de connaître les noms et les coordonnées des diplômés inscrits habitant une région donnée ou les noms des diplômés inscrits ayant obtenu un diplôme en pharmacie en 1983.

Pour accéder à l'annuaire.

Vous devez inscrire votre numéro de membre et votre code d'accès qui ont été transmis sur le formulaire accompagnant votre carte de membre. Si vous avez égaré ces informations, vous pouvez communiquer avec l'Association au (418) 656-3242 ou sans frais au 1 800 463-6875 pour les obtenir à nouveau.

Vous aimeriez être inscrit dans l'annuaire électronique?

Rien de plus simple! Téléphonnez aux numéros inscrits plus haut afin que nous vous fassions parvenir le formulaire approprié dans les plus

brefs délais ou télécopiez-nous le [formulaire](#) en prenant bien soin d'y apposer votre signature.

Vous aimeriez consulter l'annuaire électronique?

Devenez membre partenaire de votre Association et nous vous émettrons rapidement le code d'accès qui vous permettra d'y accéder.

Vous voudriez devenir membre partenaire?

Vous n'avez qu'à remplir le [formulaire d'adhésion](#).

Pour rejoindre l'ADUL?

L'Association des diplômés de l'Université Laval

Pavillon Alphonse-Desjardins

Bureau 3428

Université Laval, Québec

G1K 7P4

Téléphone : (418) 656-3242 ou sans frais 1-800-463-6875

Télécopieur : (418) 656-7401

Courriel : adul@adul.ulaval.ca

Mise en garde

Cet annuaire a été conçu dans le but énoncé en première page.

L'ADUL se réserve le droit d'en retirer l'accès à toute personne qui l'utiliserait à des fins de sollicitation ou à des fins commerciales. Les informations contenues dans cet annuaire nous ont été fournies par les personnes qui y sont inscrites; l'ADUL ne peut donc assumer aucune responsabilité quant à la véracité des renseignements diffusés.

Annexe 10

Extrait d'une entrevue téléphonique réalisée avec M.Michel St-Laurent, secrétaire général du Bureau des anciens de l'Université de Montréal

Financement du Bureau des diplômés de l'Université de Montréal

Publicité Magazine	60 000 \$
Événements	
Commandites	52 000 \$
Ententes de service	200 000 \$ en ristourne

Base de données : la clé

Chaque année, 20% des membres changent de coordonnées.
Il faut créer plusieurs champs pour effectuer des extractions ciblées.

Comment rejoindre les membres ?

Par un mixe communicationnel approprié (envoi postal personnalisé, email, revue, téléphone, etc).

Ce qui est le plus efficace, c'est d'envoyer des invitations et non pas de l'information.

Exemple d'un envoi de courrier électronique

10 136 envois

717 ne fonctionnent pas

61% furent ouverts

de ceux-ci, 20% (1 149) ont cliqué sur un lien vers le site WEB

la catégorie la plus élevée de click est 400 !

Annexe 11

Offre de service – Modifications au site Internet