

OUTIL 3 : Stratégie de communication et marketing

Introduction

Le Plan d'amélioration communautaire Logement (PAC Logement) a été développé en fonction des besoins de la Ville de Hearst en ce qui a trait au logement et à la main-d'œuvre. L'utilisation adéquate du PAC Logement devrait donc permettre d'atteindre les objectifs principaux suivants.

- La communauté de Hearst (la Ville de Hearst) offre une variété de types de logements pour satisfaire la demande et répondre aux différents besoins du marché.
- La communauté de Hearst (la Ville de Hearst) offre une variété de types de logement en prévision des demandes à court, moyen et long terme.

Pour atteindre ces objectifs principaux, il est essentiel que le PAC Logement soit bien distribué au marché cible, qu'il soit facilement disponible et qu'il soit accessible. La Ville de Hearst doit donc s'engager à partager activement le plan en suivant une stratégie de communication et de marketing bien établie. La présente boîte à outils servira de guide en vue de diffuser le plan aux acteurs concernés afin d'optimiser la mise en place des stratégies et des actions, et de maximiser l'utilisation des incitatifs.

Marché cible

Afin d'assurer l'atteinte des objectifs du plan, il est nécessaire que le PAC Logement soit diffusé auprès des acteurs clés jouant un rôle dans sa réalisation et son utilisation. Le marché cible du PAC Logement doit donc être défini, et des stratégies doivent être mises en place pour assurer le partage du plan à ces acteurs clés. Cette section identifiera le marché cible principal du PAC Logement. Il est aussi important de noter que toute la population de Hearst est concernée par le plan et peut avoir un rôle à jouer dans sa mise en œuvre. Il est donc nécessaire d'assurer un bon partage des informations relatives au plan.

Ville de Hearst

La Ville de Hearst joue un rôle très important dans la mise en œuvre du PAC Logement. Le personnel concerné doit donc être informé et préparé à répondre aux questions relatives au plan. La Ville de Hearst doit également mettre en place les stratégies qui permettront à la population d'utiliser les incitatifs liés au logement et à la main-d'œuvre. Elle doit agir en tant que guide et leader dans l'utilisation du plan et en assurer le partage par l'entremise de divers médias. La Ville de Hearst est aussi responsable d'entreprendre certaines actions proposées dans le plan afin de favoriser le développement du logement pour ensuite attirer de la



main-d'œuvre, que ce soit par l'immigration ou en posant des actions contribuant à la rétention des jeunes dans les écoles et dans les établissements postsecondaires.

Propriétaires de logements à louer, de logements privés

Les propriétaires de logements à louer et de logements privés ainsi que les personnes intéressées à le devenir jouent un rôle important dans la mise en œuvre du plan, surtout au niveau du logement. En effet, le développement de logements dans la région de Hearst est une stratégie importante pour pallier la pénurie de logements, que ce soit en rénovant des bâtiments existants, en construisant de nouveaux bâtiments, ou en ajoutant des unités de logement supplémentaires à des bâtiments existants. Ces nouvelles unités de logement permettront ainsi d'accueillir des gens de l'extérieur ou des étudiants qui pourront contribuer à contrer la pénurie de main-d'œuvre.

Propriétaires de commerce

Les propriétaires de commerce exercent une influence significative à la fois sur la crise du logement et sur la pénurie de main-d'œuvre. Leur capacité à envisager l'intégration d'unités de logement au sein de leur établissement peut avoir un impact positif en augmentant l'offre de logements dans la communauté. Cette démarche contribue à atténuer la pénurie de logements en proposant des options locatives supplémentaires. Parallèlement, la disponibilité et la diversité des commerces jouent un rôle crucial dans l'attrait de la communauté. Pour les familles envisageant de s'établir à Hearst, la présence de commerces variés crée un environnement attractif. De plus, cela peut contribuer à la rétention des jeunes, des étudiants et des travailleurs en offrant un éventail d'opportunités professionnelles et de services.

Employeurs

Les employeurs doivent être impliqués dans la mise en œuvre du plan en ce qui a trait au recrutement et à la rétention de main-d'œuvre. En effet, les employeurs qui choisissent de miser sur l'immigration pour attirer de la main-d'œuvre doivent tenter d'optimiser le processus pour assurer la rétention de la main-d'œuvre, que ce soit au niveau du processus d'immigration ou au niveau de la sensibilisation de son personnel actuel aux différences culturelles et de son nouveau personnel au marché du travail canadien. Les employeurs peuvent aussi assurer la rétention des jeunes en faisant des partenariats avec les établissements scolaires et postsecondaires.

Établissements scolaires et postsecondaires

Les établissements scolaires et postsecondaires jouent un rôle essentiel dans la formation des jeunes, servant de tremplin vers le marché du travail. En tant que lieux où les étudiants acquièrent des compétences essentielles et développent leurs connaissances, ces établissements ont une influence significative sur la préparation de la future main-d'œuvre. Leur impact va au-delà de la simple transmission de connaissances, car ils constituent également une



porte d'entrée directe sur le marché du travail. Les partenariats établis entre les établissements d'enseignement et les employeurs de la région sont cruciaux pour assurer un alignement étroit entre les compétences enseignées et les besoins du marché. Ces collaborations peuvent faciliter le recrutement de talents qualifiés et favoriser la rétention de la main-d'œuvre locale en créant des opportunités de stage des programmes d'apprentissage, et des initiatives de mentorat.

Communication et marketing du PAC Logement

Les méthodes de communication suivantes permettront au PAC Logement d'être partagé avec le plus grand nombre de personnes possible et ainsi d'atteindre ses deux objectifs principaux.

Site web

La création d'un site web ou d'une section de site web uniquement dédié au PAC Logement est une bonne stratégie pour transmettre au marché cible des informations importantes qui peuvent les concerner dans le plan. En effet, un site web contenant non seulement le plan, mais aussi des accès rapides, les réponses à des questions fréquemment posées, des documents téléchargeables, des formulaires de commentaires ou d'application ainsi que le résumé des incitatifs disponibles améliorent l'accessibilité au plan et à ses informations.

Réseaux sociaux

L'utilisation des réseaux sociaux est l'une des méthodes privilégiées pour partager le PAC Logement et les renseignements correspondants avec la population générale puisqu'elle permet de rendre les informations facilement accessibles et même engageantes, par l'entreprise des réactions et des commentaires. Par exemple, des liens, des infographies, des affiches et même de courtes vidéos sur les réseaux sociaux font en sorte qu'il est possible d'atteindre une grande partie de la population. En effet, selon le sondage lancé en automne 2023 à la population de Hearst et la population intéressée de s'établir à Hearst, 86,76 % des répondants aimeraient obtenir les informations relatives au plan par l'entremise de la page Facebook de la Ville de Hearst. Il est donc essentiel d'utiliser cette méthode de communication qui permettra de partager le plan efficacement.

Réunions publiques

L'organisation et la tenue de réunions publiques constituent une forme de communication qui permet d'engager des discussions avec les personnes intéressées par le plan. Ces rencontres offrent l'opportunité de poser des questions plus précises, d'obtenir des ressources et surtout de faire des commentaires et suggestions pour la mise à jour du plan ou la mise en place d'autres stratégies pour pallier la pénurie de logements et de main-d'œuvre. Les réunions publiques permettent également d'expliquer davantage les objectifs du plan et les incitatifs disponibles.



Bulletin d'information

Les bulletins d'information réguliers permettraient de tenir les résidents de la communauté informés sur les progrès du plan, les incitatifs disponibles, les événements à venir et leurs opportunités de participation. Selon le sondage lancé en automne 2023, 64,46 % des répondants souhaiteraient pouvoir s'abonner à un bulletin d'information ou une infolettre qui partageraient des mises à jour sur les projets entrepris par la Ville de Hearst. Le PAC Logement pourrait donc faire l'objet d'une section d'un bulletin d'information de la Ville.

Publicité dans les médias traditionnels

La publicité dans les médias traditionnels est une méthode importante pour rejoindre une partie de la population qui n'utilise pas nécessairement les médias sociaux pour obtenir ses nouvelles communautaires. En effet, les médias traditionnels, notamment la radio et le journal local, sont reconnus comme étant des sources d'informations fiables fournissant des informations touchant la communauté. L'utilisation de ces médias pourrait donc être une méthode efficace pour partager des informations relatives au plan et pour indiquer à la population générale les moyens d'y accéder.

Ville de Hearst

L'utilisation des bureaux et des espaces appartenant à la Ville de Hearst pour effectuer la promotion du PAC Logement est aussi une méthode de communication intéressante. Le simple fait d'installer des affiches, de mettre des dépliants ou des infographies à la disposition des visiteurs et d'avoir du personnel informé sur le plan peut contribuer au bon partage de celui-ci.

Intégration aux événements communautaires

La participation de membres du personnel de la Ville de Hearst à différents événements communautaires tels que des foires, des ateliers ou des séances d'information peut attirer l'attention envers le plan et permettre à la communauté de s'en informer. Le réseautage, l'ajout d'une courte présentation de la part de la Ville de Hearst ou un kiosque sont des méthodes à explorer pour partager de l'information sur le plan.

Partenariats communautaires

La collaboration est un élément important de la mise en place du plan. Le développement de partenariats communautaires avec les organismes locaux, les entreprises et d'autres partenaires communautaires permet d'étendre la portée de la promotion. En effet, ces partenaires peuvent soutenir la diffusion de l'information et encourager la participation auprès de leur clientèle et de leurs partenaires.

Célébration des histoires à succès

Dans les premières années de la mise en place du PAC Logement, il est très important de célébrer les histoires à succès, que ce soit en publiant des témoignages écrits, des témoignages



vidéos, des photos ou encore des textes pour les faire connaître. Une telle visibilité permet de démontrer que le plan maintient son élan et qu'il a un impact réel sur la communauté. La mise en lumière des candidats qui ont réussi occasionne des discussions positives sur le plan et encourage la soumission de nouvelles demandes.

Outils marketing recommandés

Les outils suivants sont recommandés pour effectuer la promotion du PAC Logement. En fonction du budget disponible, les éléments ci-dessous devraient être envisagés pour une stratégie de marketing et de communication réussie. La liste suivante n'est pas absolue et limitée aux options proposées. Toute méthode de promotion efficace du plan peut être considérée.

- Site web
- Publications Facebook
- Ressources informatives disponibles de façon virtuelle
- Affiches promotionnelles
- Dépliants
- Infographies ou documents d'une page
- Bulletins d'information
- Communiqués de presse
- Vidéos et photos des produits finaux

