

PETITS FRÈRES DES PAUVRES

Fraternité régionale Ouest



DIAGNOSTIC FORUM

PROBLEMATIQUE

« Qu'est-ce qu'apporte le magazine auprès de notre cible des bénévoles ? »

OBJECTIFS DU DIAGNOSTIC

1 Relever les points positifs et négatifs

Récolter l'opinion des bénévoles

2

3 Améliorer, renouveler le magazine avec de nouvelles idées

5 Questions ? 5 Réponses !

POUR QUI ?

Pour les bénévoles !

CONTENU ?

Actualités de l'association.
Au niveau de la région Ouest.

Où ?

Pays de la Loire et Bretagne !

Quand ?

Tous les trois mois !

Comment ?

Via un magazine !

POURQUOI ?

OBJECTIFS DU MAGAZINE

OBJECTIFS D'INFORMATION

Nous devons informer sur l'activité des Petits Frères des Pauvres en région ouest.

Nous devons informer sur les changements dans les différentes équipes.

Nous devons pouvoir nous servir de ce magazine comme une source d'information via les sources et les données.

OBJECTIFS DE PROXIMITE

Renforcer l'adhésion des bénévoles et des salariés
Fédérer et faire région

Contribue à la pérennité des valeurs
et des actions de l'association

APPEL A L'ACTION

Permet de coordonner les actions des bénévoles sur la région Ouest.

Permet de donner des nouvelles idées d'action au sein des autres équipes

ANALYSE DU BESOIN DE NOTRE CIBLE

1

Comment définir le besoin ?

Il seront défini en fonction des résultats du baromètre mais également du focus groupe.

Pourquoi ?

Le fait de déterminer le besoin nous permettra de déterminer le contenu du magazine.

2

ANALYSE DES FORCES ET FAIBLESSES POUR LE MAGAZINE

Diversité du contenu dans les articles avec diverses catégories (Actus en région, Vie des équipes, Focus sur..Bon à savoir..).

Des articles complets avec des explications pour chaque terme (Exemple de l'article sur le Mécénat de Compétences).

Des articles écrits comme un journal de bord ce qui permet de créer une proximité (Exemple : En route pour un projet fou).

Du Call To Action avec par exemple des mails pour faire appel à de nouveaux bénévoles.

Un rappel des objectifs, des missions en tant que bénévole ce qui permet de maintenir le lien.

Indications sur des aides éventuelles pour le grand public cohérente avec la valeur « Témoigner, Alerter ».

Un portrait pour chaque magazine ce qui permet de connaître une nouvelle personne, une histoire (Cf : Portrait).

AUCUNE FAIBLESSE

METHODO DE DIAGNOSTIC

FOCUS GROUPE

1 Le principe est de proposer un groupe de discussion modéré par un animateur et composé de personnes représentantes

L'objectif est de favoriser l'échange, l'interaction afin de faire germer des idées et des opinions.

2

3

Permettra de créer une synthèse des idées, des opinions, des conclusions pour confirmer et révéler d'autres forces et faiblesses du magazine.

QUESTIONNAIRE Baromètre

Le principe du baromètre est un questionnaire semblable mais proposé à des groupes d'individus différents

1

2 L'objectif est de pouvoir mesurer l'évolution des opinions dans le temps.

2

Permettra de suivre l'évolution de l'opinion de notre cible dans le temps et ainsi, pouvoir améliorer le magazine

3

Modalités du Focus Groupe

1 Conception du groupe

Le groupe sera composé de 9 personnes. 6 bénévoles de l'association dont un membre du comité de rédaction.

Un salarié volontaire de l'équipe régionale et un animateur et un secrétaire dans l'idéal.

2 Le rôle de l'animateur et du secrétaire

L'animateur devra animer le débat en fonction de questions préalablement construites. En effet, ce débat nécessitera peut-être de rebondir plusieurs fois sur des questions et c'est pourquoi il est nécessaire qu'un(e) secrétaire soit présent(e).

3 Les questions préalablement construites

Les questions seront construites avant le Focus Groupe et si possible après avoir reçu les résultats du baromètre dans l'objectif d'apporter une vision globale et complète et surtout complémentaire. Apporter une réponse ou de nouvelles idées sur des questions qui nécessitent de la réflexion.

Modalités du Baromètre

1 Les thèmes du baromètre

Tout d'abord, nous avons comme premier thème le profil du répondant.

- > Age ?
- > Bénévole ou non ?
- > Quelle équipe ?

Le second thème est les préférences et le contenu.

Le troisième thème porte sur :

- > Rythme de parution
- > Méthode d'envoi
- > D'avantage impliqué dans le journal ?

2

Transmission du baromètre

Un baromètre transmis via un lien partageable « Google Forms » directement sur notre cible des bénévoles et des salariés de l'association.

3

Résultats du baromètre

Analyse des résultats du baromètre directement via les analytics proposer via le logiciel. Faire un état des lieux concernant le magazine et éventuellement proposez des préconisations.