II – LE PROJET

Votre Conseil d'Administration a décidé de vous présenter le projet de l'année à venir, mais aussi l'amorce de pistes de réflexion pour notre développement sur 3 ans.
Cette innovation a plusieurs objectifs :

- Faciliter le partage entre nous des projets de RH en leur donnant plus de visibilité.
- Evaluer les résultats dans le cadre de perspectives d'actions, dont certaines dépassent l'unité annuelle de temps.
- Améliorer la crédibilité de RH avec ses partenaires publics et privés, beaucoup d'entre eux fonctionnant également en programmation sur 3 ans.
- Offrir aux bénévoles des projets d'interventions plus complets et plus motivants.

1 - Services aux adhérents

- Accueil et accompagnement : les équipes de bénévoles sont en train de prendre possession de « Orfila » pour organiser et améliorer la qualité des services offerts.
- Offres d'emplois : développer le flux des offres, c'est-à-dire convaincre nos partenaires de communiquer leurs besoins de manière privilégiée à RH. Organiser ensuite leur communication vers les candidats.
- Développer les cercles de recherche d'emploi (le premier est né le 15 juin 2006).
- Renforcer l'organisation interne de RH pour faciliter l'utilisation des banques de données par les candidats.
- Améliorer le parrainage, c'est-à-dire amplifier les témoignages des anciens candidats qui ont réussi leur repositionnement professionnel.
- Mise en place d'outils (questionnaires aux adhérents, base de données plus sophistiquée) pour une documentation et une analyse plus systématiques de nos résultats et de notre impact.

2 - Consolidation des liens avec les ONG

RH doit continuer à convaincre les ONG de sa raison d'être.
Ses bons résultats opérationnels sont les meilleurs arguments pour rendre ce dialogue professionnel.
Nous souhaitons que RH obtienne une amplification de l'espace de communication des ONG vers leurs volontaires, au moins auprès de celles qui sont les plus sensibles à la gestion des retours, pour que le flux des candidats vers RH se développe.

3 - La Communication

Après 4 ans d'existence, RH doit mieux capitaliser les progrès de sa communication.

- Le ton : le 7e n° de « Liens » témoigne de l'orientation prise : confiance, proximité, humour, enthousiasme.
- Les supports : la plaquette est en cours de refonte et de réédition (déclinaisons en fonction des cibles). Adoption d'une charte graphique. Le site web sera réaménagé.
- Les destinataires : affiner nos messages dans les médias en fonction des supports et publics touchés.