

# Plan d'action 2011

## Rues principales Lac-Mégantic

### Axe de développement

#### Les priorités :

- L'expérience d'achat
- La diversité de l'offre commerciale
- Le rôle de soutien auprès des promoteurs et gens d'affaires

#### Les objectifs :

- Déterminer des orientations sur le développement commercial
- Maintenir et/ou améliorer la diversification de l'offre commerciale
- Développer et maintenir la culture de formation chez les entrepreneurs et les employés
- Soutenir les entrepreneurs

#### Les interventions :

- Piloter les activités du comité de recrutement commercial;
- Coordonner une démarche de client mystère;
- Coordonner une démarche de sondage client;
- De concert avec le comité de formation commerces & services, piloter 2-3 activités de formation;
- Colliger les bases de données sur les locaux, propriétaire et entreprises avec le logiciel ProfilCité;
- Maintenir les activités de la cellule de mentorat;
- Maintenir le concept d'affichage pour les fenêtres des locaux vacants.

### Axe de promotion & animation

#### Les priorités :

- L'achat local
- L'expérience d'achat

#### Les objectifs :

- Conscientiser la population à l'importance de l'achat local
- Stimuler et dynamiser le secteur commercial en organisant différentes activités
- Inciter la clientèle à fréquenter le secteur commercial en misant sur les forces attractives du milieu
- Promouvoir l'offre commerciale et d'affaires de la ville

#### Les interventions :

- Faire une rencontre consultative sur les activités de promotion et d'animation avec les marchands;
- Organiser une promotion à l'occasion de la période des Fêtes;
- Coordonner et publiciser la vente estivale des marchands;
- Poursuivre la distribution et la mise à jour de la carte de l'offre commerciale dans les attraits et lieux d'hébergement touristique de la région;
- Réaliser un plan de promotion pour la carte-cadeau **LM**;
- Diffuser l'Infolettre **LM** à l'attention des clients;
- Collaborer à la sollicitation pour Honneur aux bébés méganticois.

### Axe de revitalisation

#### Les priorités :

- L'achat local
- L'expérience d'achat
- Le rôle de soutien auprès des promoteurs et gens d'affaires

#### Les objectifs :

- Développer le cachet du secteur commercial de la ville
- Favoriser des améliorations physiques
- Représenter les intérêts des membres

#### Les interventions :

- Effectuer la vente des barils de fleurs et des sapins de Noël;
- Informer sur les mesures incitatives à la rénovation/restauration d'édifices commerciaux;
- Assurer notre support à la ville dans différents dossiers.

### Axe de communication, comités de travail et adhésions

#### Les priorités :

- La relation avec le bailleur de fonds et partenaires
- L'image de l'organisme
- La représentation des membres

#### Les objectifs :

- Assurer une bonne communication avec les autorités municipales
- Assurer une bonne communication et une certaine complémentarité avec les acteurs du développement local
- Regrouper les commerces & services
- Représenter les intérêts des membres

#### Les interventions :

- Diffuser l'**Info Rues** aux membres ainsi que toutes informations pertinentes;
- Préparer les rencontres et voir à l'atteinte des objectifs établis par les différents comités pilotés par Rues principales;
- Siéger aux comités suivants: Table des partenaires du Granit, Comité des directeurs, Comité études-travail, Comité éducation-emploi, Comité de la cellule de mentorat et autres comités ponctuels.
- Rencontrer les nouveaux entrepreneurs sur le territoire afin de présenter les services et opportunités;
- Poursuivre les adhésions auprès des regroupements et des organismes suivants : Fondation Rues principales, CCRM, CLD-tourisme et Conseil québécois du commerce de détail (CQCD);
- Participer aux rencontres réseau et au colloque annuel de la Fondation Rues principales;
- Offrir le service-conseil aux membres;
- Médiatiser le dépôt du rapport annuel 2010 et du plan d'action 2011.