

>>> 2024 T4

TABLEAU DE BORD DU
PLAN STRATÉGIQUE





La PGA du Canada a lancé son nouveau **plan stratégique** en 2022, et le bureau national, le conseil national et les zones ont travaillé en étroite collaboration au cours des deux dernières années pour atteindre les objectifs afin de répondre aux besoins de nos membres et de l'industrie du golf.

Ce rapport décrit ce sur quoi nous travaillons actuellement dans chacun de nos quatre piliers et comment nous progressons vers chaque objectif. Il s'agit de la première mise à jour trimestrielle que nous nous sommes engagés à fournir jusqu'à l'expiration du plan stratégique en 2026.

Nous sommes fiers des succès que nous avons remportés jusqu'à présent et enthousiasmés par le travail qui nous attend alors que nous nous développons en tant qu'association et que nous continuons à trouver des moyens nouveaux et innovants de soutenir nos membres et leurs parcours professionnels.



PILIERES

DÉVELOPPEMENT ET CROISSANCE DES MEMBRES

Une formation et un enseignement de pointe qui permettent aux membres d'exceller dans toutes les carrières de l'industrie du golf.

1

STRUCTURE ORGANISATIONNELLE

Une structure organisationnelle qui offre des services égaux et cohérents, une efficacité accrue et une position unie dans tout le pays.

2

LEADERSHIP ET GOUVERNANCE

L'excellence organisationnelle et opérationnelle est le fondement de notre succès.

3

NOTORIÉTÉ DE LA MARQUE

Rehausser la marque de la PGA du Canada en tant qu'association de premier plan auprès des membres, des intervenants et du public.

4



> OBJECTIFS

>> SUR QUOI TRAVAILLONS-NOUS ?

>>> STATUT

Élargir et diversifier la formation et le développement des professionnels du golf

- Développer des cours qui s'alignent aux spécialisations et qui les soutient.
- Développer davantage de formations pour les golfeurs de différents niveaux

- L'élaboration des nouveaux cours sur le service à la clientèle et le marketing est terminée et les deux cours seront lancés en 2025

Créer de multiples voies d'accès à l'adhésion en fournissant une éducation pertinente

- Développement d'un concept pour un parcours d'adhésion non-ECJ

- Finalisation du plan de communication et de déploiement avec un lancement prévu en janvier 2026.

Les membres du personnel de soutien doivent être rémunérés sur la base d'un salaire de subsistance approprié

- Réalisation d'une enquête annuelle sur la rémunération et les avantages
- Obligation d'indiquer le salaire ou la fourchette de salaire sur les offres d'emploi

- Les résultats de l'enquête 2023 sur les rémunérations et les avantages sociaux seront diffusés au quatrième trimestre
- Élaboration en cours de fourchettes de salaires suggérées par fonction dans l'ensemble du pays
- L'enquête 2024 sur les rémunérations et les avantages sociaux sera déployée au premier trimestre 2025

Augmenter le nombre d'installations de golf qui emploient un membre de la PGA du Canada

- Lancement du projet pilote Right Fit
- Développer le service de l'emploi pour augmenter la capacité

- La phase 1 du projet pilote Right Fit s'est achevée avec plus de 50 engagements significatifs avec des clubs/ installations dans tout le pays

Mettre en œuvre des programmes et des services équitables et inclusifs pour diversifier la composition des membres de la PGA du Canada.

- Poursuite de la mise en œuvre des recommandations du rapport du groupe de travail EDI

- Voir les mises à jour de la carte de score EDI pour savoir ce que nous avons accompli à ce jour et nos priorités pour 2024

> OBJECTIFS

>> SUR QUOI TRAVAILLONS-NOUS ?

>>> STATUT

Créer des services et des programmes équitables pour toutes les zones dans les deux langues

- Réexaminer notre politique en matière de langues officielles
- Mettre tout en œuvre pour que les communications/ services aux membres et au public soient fournis simultanément en anglais et en français

- Travailler en permanence à l'amélioration de nos communications avec nos membres FR tout en s'efforçant d'assurer une distribution simultanée EN et FR.

Une association forte et unie pour soutenir des programmes, des services et un soutien harmonisés aux membres

- Engagement du comité de gouvernance pour aider à organiser la retraite des dirigeants
- Réalisation d'une série de sondages et de groupes de discussion avec le personnel national, le conseil d'administration et les directeurs généraux de zone et leurs conseils d'administration afin de recueillir leurs commentaires avant la retraite
- Mise à jour des accords de zone

- Le rapport sur les mesures à prendre est en cours d'élaboration à la suite de la retraite des dirigeants et sera communiqué aux parties prenantes au début de 2025.
- Mise à jour des accords de zone

Améliorer les services, l'efficacité des opérations et la communication entre les parties prenantes, les membres et les zones

- Augmenter le partage des zones dans les appels mensuels nationaux/de zone
- S'assurer que les rapports des directeurs nationaux pour les réunions du conseil d'administration fournissent des mises à jour sur les programmes/services offerts dans chaque zone

- Les parts de zone sont désormais un point permanent de l'ordre du jour
- Les rapports des directeurs nationaux sont plus solides et font l'objet d'un rapport lors de chaque réunion du conseil d'administration.

Planifier et mettre en œuvre des partenariats significatifs et mutuellement bénéfiques
(services, non-financière, argent, programmes, etc.)

- Mise en place d'un mécanisme de suivi pour les partenaires nouveaux, existants et potentiels
- Création d'un service de parrainage au sein de la PGA du Canada
- Création d'un groupe de travail sur le parrainage

- Saisie des données dans la plateforme au fur et à mesure de la signature des nouveaux contrats et de la génération de la liste des prospects.
- Les rapports finaux sont en cours d'élaboration pour les partenaires. Ils seront diffusés en janvier

> OBJECTIFS

>> SUR QUOI TRAVAILLONS-NOUS ?

>>> STATUT

Favoriser une communication directe et ouverte entre la PGA du Canada et ses zones

- Organiser des appels mensuels avec les directeurs exécutifs de zone
- Envoi aux zones et au conseil d'administration national d'une synthèse mensuelle des mises à jour opérationnelles
- Faire en sorte qu'un représentant national assiste aux AGA des zones
- Élaboration d'un calendrier pour les appels des présidents de zone
- Diffuser le plan stratégique trimestriel et la carte de bord EDI
- Fournir des rapports mensuels au conseil national, aux conseils de zone et aux directeurs exécutifs de zone sur les comités du conseil et les groupes de travail

- Appels mensuels organisés
- Diffusion de 11 rapports mensuels (le dernier pour 2024 sera diffusé en janvier)
- Participation à 9 AGA Deux appels des présidents de zone ont été organisés
- La troisième carte de pointage a été diffusée au quatrième trimestre.

Recruter, développer et fidéliser un personnel dévoué pour diriger l'organisation

- Élaboration d'un manuel d'orientation pour le nouveau personnel
- Établir des exigences minimales en matière d'intégration
- Révision des critères de publication des offres d'emploi

- Mise en place d'un nouveau système d'intégration des employés au quatrième trimestre
- Certification en tant que lieu de travail idéal au Canada

Recruter et développer un conseil d'administration basé sur les compétences

- Le Comité Exécutif crée un processus pour aborder la question de la responsabilité du Conseil dans l'exercice de ses fonctions (c'est-à-dire la présence aux réunions, la participation, l'engagement dans la Zone, l'engagement avec les propriétés de la PGA du Canada)

- Normes minimales en cours d'établissement pour le conseil national d'administration

Mettre en œuvre des stratégies visant à diversifier le leadership aux niveaux opérationnel et de gouvernance de l'organisation

- Examen annuel des pratiques de recrutement

- Mise en œuvre de pratiques visant à éliminer les préjugés lors du recrutement (entretien d'embauche, examen du curriculum vitae) et mise en œuvre de procédures d'entretien d'embauche cohérentes (c'est-à-dire plusieurs personnes, au moins deux séries d'entretiens d'embauche)

PILIER 4

NOTORIÉTÉ DE LA MARQUE



> OBJECTIFS

>> SUR QUOI TRAVAILLONS-NOUS ?

>>> STATUT

Augmenter le nombre de membres qui recommanderaient la PGA du Canada comme cheminement de carrière

- Cibler un public spécifique de joueurs à faible handicap et une population plus jeune

- Ce projet a été déplacé à 2025

Améliorer l'utilisation de l'image de marque et du logo actuels

- Mise à jour de nos lignes directrices en matière de marque
- Création de nouveaux logos pour les photos de profil des Zones
- Co-diffusion de contenu avec les Zones
- Vérification des canaux de médias sociaux des zones pour s'assurer de la conformité de la marque
- Création et distribution de modèles aux zones

- Les logos des zones ont été complétés et partagés
- Les logos commémoratifs ont été partagés avec les zones
- Des modèles nationaux seront élaborés en 2025

Promouvoir activement les histoires, les réussites et les innovations de nos membres

- Création d'une campagne sur les femmes dans le golf en partenariat avec The Gist
- Storytelling continu/médias sociaux/contenu

- Augmentation de 46 % en 2024 (de 9 500 à 13 850)
- Plus d'un million d'impressions pendant la semaine du RBC PGA Scramble, un nouveau record de 300%.
- 12 histoires de membres publiées

Marketing stratégique visant les adeptes du golf pour faire connaître les divers rôles des professionnels de la PGA du Canada

- Élargir la boutique de la PGA
- Diversification de la base de données photographiques

- Augmentation de 30% des ventes de la boutique PGA par rapport à 2023
- Lancement de la deuxième extension de la boutique en novembre
- Plus de 2000 nouvelles photos ont été ajoutées à la base de données cette année