



**Rêver, planifier, réaliser.**

Planification stratégique 2022-2025



# Table des matières

Démarche	02
Enjeux	03
Mission et vision	04
Valeurs	05
Chantiers : orientations et axes en bref	08
Chantiers : axes en détail	
■ Chantier : capacités organisationnelles	11
■ Chantier : notoriété	12
■ Chantier : contenus	13
■ Chantier : expérience client	14

# Démarche

Rencontre de démarrage et d'alignement  
avec le conseil d'administration

Collecte de données primaires  
— 20 personnes consultées

- Entretiens avec la direction
- Groupe de discussion avec des membres du personnel
- Entretiens avec des parties prenantes externes (dont des Pl. Fin.)

Analyse de l'environnement externe



# Enjeux

## Identification des enjeux à considérer

- Réviser notre mission et notre vision
- Redéfinir et soutenir nos valeurs
- Élaborer 4 chantiers, composés d'orientations et d'axes stratégiques





# Mission et vision

## Mission

En tant que leader du développement et de la promotion de la planification financière personnelle, s'assurer que les professionnels et professionnelles des services financiers d'aujourd'hui et de demain possèdent les savoirs, le savoir-faire et le savoir-être nécessaires pour contribuer au mieux-être financier des personnes, des familles et des collectivités.

## Vision

Être le chef de file de la formation en planification financière personnelle, reconnu comme institut d'enseignement de classe mondiale autant par les professionnels et professionnelles que par les employeurs.

# Valeurs

## Agilité :

Pour nous, l'excellence ce n'est pas la perfection.

C'est savoir s'adapter aux gens, aux ressources, aux besoins et aux circonstances, avec ingéniosité et sensibilité.

C'est être en mode solutions et explorer de nouveaux chemins, malgré les difficultés ou les obstacles.

C'est une quête vers l'optimisation, avec la flexibilité nécessaire pour faire face aux défis de notre temps.

## Collaboration :

Notre leadership n'est pas compliqué : nous aimons faciliter les finances, les apprentissages, les rencontres, les échanges...

Nous consultons. Nous partageons. Nous mobilisons.

Nous travaillons ensemble pour faire bouger les choses.

Nous ne faisons pas qu'inviter à la soirée : nous invitons à danser.

Et ça nous plaît de penser que cet esprit de cocréation déteint un peu sur nos partenaires

## Considération :

Nos intentions sont claires : créer de la valeur, dans l'intérêt de l'humain.

Nous sommes à l'écoute des autres, car nous croyons que chaque personne mérite d'être entendue.

Nous avons le relationnel dans le sang.

Pas juste parce qu'il le faut, mais parce que ça nous passionne.

Parce que nous croyons que tout le monde fait partie de la solution.

Et parce que nous nous épanouissons en aidant les autres à s'épanouir aussi.

# Valeurs

## Enthousiasme :

Avec le mieux-être financier des personnes, des familles et des collectivités comme mission commune, nous cultivons notre passion pour l'expérience client et la planification financière.

Si nous sommes là, c'est parce que nous sommes vendus à la cause !

Notre vivacité et notre engagement sont d'ailleurs difficiles à cacher, car nous mettons du cœur dans tout ce que nous faisons.

Nous nous informons, nous nous formons, nous nous transformons.

Et nous contribuons à plus grand que nous.

## Ouverture :

Nous ne nous assoyons pas sur nos connaissances et nos certitudes.

Nous gardons l'esprit ouvert, car nous voulons que nos produits et nos services soient perçus comme vivants, pertinents et accueillants.

Notre créativité est rigoureuse, mais nous n'avons pas peur de nous remettre en question quand il le faut.

Nous nous donnons ainsi les moyens et l'espace nécessaires pour repenser nos façons de faire.

De cette façon, nous nous assurons que les actes suivent les paroles.



**« Faire de l'expérience client  
un facteur de différenciation,  
une valeur ajoutée. »**

# Chantiers

## Orientations en bref



### Capacités organisationnelles

S'assurer de disposer des capacités organisationnelles nécessaires à l'atteinte d'objectifs ambitieux, en se dotant d'une culture de performance axée sur l'agilité, l'innovation et l'initiative individuelle et collective. Soutenir tous les membres de l'équipe pour assurer une transition rapide et harmonieuse.



### Notoriété

Accroître significativement la notoriété de la profession auprès de ses publics cibles — faire connaître et rayonner la profession (et les actes).



### Contenus

Diversifier\* les contenus, les formats et les personnes impliquées afin de former des publics variés et ainsi faire reconnaître la valeur de la PFPI par le plus grand nombre de professionnels et professionnelles des services financiers.



### Expérience client

Accroître l'attraction, la conversion et la rétention grâce à l'expérience client. Faire de l'expérience client un facteur de différenciation, une valeur ajoutée.

\* Diversification ≠ éparpillement ni diminution de la qualité des contenus.  
Diversification = manière d'accroître la portée des contenus de l'IQPF.

# Chantiers

## Axes en bref



**Nourrir une culture de performance** et de développement.

**Développer la culture numérique** et accentuer le virage numérique.

**Cultiver** l'engagement.



**Repenser l'identité** de la marque IQPF.

**Déployer des stratégies** de présence, d'influence et de référencement.

**Développer** et mettre en place une stratégie de contenus plus efficace, en mettant de l'avant nos affiliés et affiliées.

**Faire connaître** les produits et services de l'IQPF auprès des affiliés et affiliées.



**Définir une nouvelle approche** de conception et de diffusion des contenus.

**Mettre en place des outils** et un accompagnement de la pratique.



**Définir les segments cibles** ainsi que des parcours (adaptés et évolutifs) pour chacun d'entre eux.

**Accroître l'efficacité** du service.

**Mesurer** l'expérience client.

**Développer de nouveaux outils** pour améliorer l'expérience, et ce, peu importe l'étape du cycle de formation.

A man in a yellow t-shirt is seen from behind, carrying two young children on his shoulders. They are in a field of red poppies. The background is a soft-focus landscape with trees and a blue sky. A solid orange horizontal bar is positioned below the main text.

**« Contribuer au mieux-être financier des personnes, des familles et des collectivités. »**



# Capacités organisationnelles

## Axe en détails

### AXES

### MESURES

NOURRIR UNE CULTURE DE PERFORMANCE ET DE DÉVELOPPEMENT	DÉVELOPPER LA CULTURE NUMÉRIQUE ET ACCENTUER LE VIRAGE NUMÉRIQUE	CULTIVER L'ENGAGEMENT
<p>Inciter nos collaborateurs et collaboratrices à développer de nouvelles compétences en continu ainsi qu'à faire preuve de curiosité et d'initiative</p>	<p>Mettre en place des processus de veille stratégique et technologique</p>	<p>Continuer de développer des mécanismes d'exemplarité</p>
<p>Chaque membre de l'équipe a un plan de développement personnel (PDP)</p>	<p>Poursuivre la transition vers des instruments de régie interne plus sophistiqués</p>	<p>Instaurer une culture de transparence et de collaboration multiniveau dans un esprit collégial</p>
<p>Mettre en place et promouvoir des opportunités de développement à long terme pour chaque membre de l'équipe</p>		<p>Accroître le sentiment d'appartenance</p>
		<p>Envisager la mise en place d'initiatives de promotion de l'appartenance (ex. : épinglette, marchandise, etc.)</p>
		<p>Aligner les intérêts individuels et collectifs ou organisationnels</p>



# Notoriété

## Axe en détails

### AXES

### MESURES

	REPENSER L'IDENTITÉ DE LA MARQUE IQPF	DÉPLOYER DES STRATÉGIES DE PRÉSENCE, D'INFLUENCE ET DE RÉFÉRENCIEMENT	DÉVELOPPER ET METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE DE CONTENUS PLUS EFFICACE, EN METTANT DE L'AVANT NOS AFFILIÉS ET AFFILIÉES	FAIRE CONNAÎTRE LES PRODUITS ET SERVICES DE L'IQPF AUPRÈS DES AFFILIÉS ET AFFILIÉES
Développer une plateforme identitaire		Élaborer et améliorer les partenariats pouvant accroître la visibilité et le rayonnement	Définir des plans de contenus pour chacune de nos clientèles cibles	Nous doter de moyens efficaces pour mieux atteindre les affiliés et affiliées (revoir nos gabarits de courriels, faire du marketing SMS, bonifier le CRM)
Réfléchir au nom de l'organisme		Solidifier notre présence auprès des responsables politiques	Développer des outils pour faire la promotion de la profession de Pl. Fin	
Définir les clientèles / personas (segmentation)		Mettre en place une stratégie marketing, incluant des campagnes misant sur les publics prioritaires de l'IQPF (ex. : la relève)	Mettre en place une stratégie des médias sociaux	Interagir de façon plus soutenue et structurée avec les grands employeurs
Définir les piliers de contenus		Développer et déployer une stratégie de référencement naturel	Identifier et outiller les ambassadeurs et ambassadrices de la profession de Pl. Fin. et de la marque IQPF	
		Développer et déployer une stratégie de relations publique	Repenser la dénomination de certaines formations	
		Identifier les besoins et procéder à la refonte complète du site Web		
		Analyser la faisabilité d'un «sceau IQPF» certifiant que le rapport de planification financière est présenté par une personne autorisée à porter le titre de Pl. Fin		
		Déterminer les métriques pertinentes et les méthodes de mesure. Mettre en place un tableau de bord marketing.		



# Contenus

## Axe en détails

## AXES

### DÉFINIR UNE NOUVELLE APPROCHE DE CONCEPTION ET DE DIFFUSION DES CONTENUS

### METTRE EN PLACE DES OUTILS ET UN ACCOMPAGNEMENT DE LA PRATIQUE

## MESURES

Explorer la faisabilité de développer une certification différenciée par « niveau » (ex. : conseillère ou conseiller financier)

Ajuster et rendre disponible le calculateur RRQ

Concevoir, tester et déployer de nouvelles modalités de formation : contenus courts, blocs, codéveloppement, etc

Rendre disponibles des outils pour répondre aux obligations de mandat et de plan financier (standard de conformité, prise de notes, etc.)

Miser sur une approche holistique du développement professionnel (guide des compétences)

Effectuer une analyse de besoins pour déterminer les outils à développer au courant des prochaines années

Développer une offre et du contenu ciblés pour les PI. Fin. à leur compte

Développer les outils d'accompagnement de la pratique qui seront pertinents pour les affiliés et les affiliées en fonction des besoins identifiés

Développer une offre et du contenu ciblés pour les PI. Fin. en institution

Compléter la mise à jour de la Collection (contenu et contenant)

Développer et mettre en place un programme de spécialisation pour les affiliés et affiliées

Développer des mécanismes et des instruments d'apprentissage des formateurs et formatrices.

Approfondir les relations bilatérales avec les établissements d'enseignement universitaire et collégial

Explorer et saisir des opportunités de diversification des revenus



# Expérience client

## Axe en détails

### AXES

### MESURES

	DÉFINIR LES SEGMENTS CIBLES AINSI QUE DES PARCOURS (ADAPTÉS ET ÉVOLUTIFS) POUR CHACUN D'ENTRE EUX	DÉVELOPPER DE NOUVEAUX OUTILS POUR AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE, ET CE, PEU IMPORTE L'ÉTAPE DU CYCLE DE FORMATION	ACCROÎTRE L'EFFICACITÉ DU SERVICE	MESURER L'EXPÉRIENCE CLIENT
	Valider les segments développés et bâtir les personas en conséquence	Numériser le processus de demande d'admission à la formation professionnelle	Préciser le besoin et identifier une ressource responsable du chantier	Instaurer des instruments de mesure à différents moments du parcours
	Organiser le « dialogue » et un groupe de rétroaction avec les cibles de clientèle	Numériser le processus d'accréditation des fournisseurs de formation continue	Évaluer la possibilité de réduire le délai de réponse et normaliser certaines conversations (ex. : robot de messagerie)	Instaurer des mécanismes de rétroaction en continu
	Schématiser les parcours clients et identifier les opportunités (moments de magie, moments de misère)	Automatiser le parcours du programme exécutif et l'inscription aux modules et aux examens ainsi que l'affichage des résultats	Effectuer et finaliser une typologie des requêtes « standardisées »	
	Développer et mettre en place un processus de rétroaction aux commentaires reçus	Développer et mettre en place une solution de paiement en ligne	Améliorer et vérifier les principales ressources Web	
	Identifier les gains éclairés et les mettre en œuvre	Automatiser le parcours de l'examen d'équivalence et rendre disponible le résultat	Élaborer des « standards de service » et publier un engagement	
		Analyser la performance et repenser le choix de la plateforme et de la base de données		
		Définir les besoins et les attentes par rapport à la personnalisation de l'espace client numérique		
		Examiner la faisabilité d'agir comme hébergeur de contenus externes (marque blanche)		

A man with a beard, wearing a white sweater, is sitting outdoors and reading a book. The background is blurred, showing trees and a path. A large blue rectangular area is positioned above the text.

**« Former les professionnels  
et les professionnelles  
de demain. »**

