

Plan Stratégique 2016-2020

VISION : BADMINTON – LEADER RÉGIONAL

MISSION : Diriger et renforcer, en partenariat avec nos parties prenantes, des initiatives de développement et d'événements innovantes, durables et passionnantes.

FOCUS STRATÉGIQUE :

OBJECTIFS STRATÉGIQUES :

Priorités Stratégiques Objectifs À Long Terme

Principaux domaines d'intérêt

Organisation et Renforcement des Capacités

Mettre en place et renforcer une capacité organisationnelle pour Badminton Océanie et nos membres.

Gouvernance et Gestion

- Constitution actuelle, plan stratégique, politiques et procédures

Développement Organisationnel

- Meilleures pratiques et structures de gouvernance et de gestion pertinentes qui fonctionnent efficacement.

Ressources Humaines

- 50% des membres auront du personnel rémunéré.

Assistance aux Membres

Les membres sont pris en charge et encouragés à mieux gouverner, gérer et donner satisfaction.

Principaux domaines d'intérêt

- Finances
- Gestion des risques
- Gestion de bureaux
- Services aux Membres
- Prix et Archives
- Éducation et Développement
- Plans et Politiques
- Termes de Référence
- Groupes de Travail

Participation et Développement

- Donner à chacun l'occasion de participer.
- Jeter des ponts pour promouvoir le potentiel

Shuttle Time

- 90% des Associations Membres instaurent le programme Shuttle Time

Loisirs

- Accroître la participation - des occasions visibles et accessibles pour jouer

Participation Inclusive

- Représentation aux Jeux paralympiques de Tokyo - 2020
- Établir et nouer des relations avec des organisations similaires

Développement des Joueurs

- Structures opérationnelles et cadre pour améliorer le parcours des joueurs.
- Au moins 2 membres représentés aux Jeux olympiques de Tokyo – 2020

Formation des Entraîneurs

- Pour que 70% des membres aient des entraîneurs qualifiés BWF
- Structures opérationnelles et cadre pour améliorer le parcours des entraîneurs

Principaux domaines d'intérêt

- Shuttle Time, Formation des entraîneurs
- Développement des Joueurs
- Fonds de solidarité olympique
- Les Femmes au Badminton, Plan annuel
- Para Badminton

Partenariats

Connecter et s'engager avec nos partenaires pour atteindre des résultats partagés et des objectifs communs

Membres

- Accord annuel en place avec 90% des membres.
- Total de 18 membres d'ici à 2020.

BWF

- Alignement des stratégies aux résultats de BWF.

Partenariats Commerciaux

- Accords avec deux partenaires commerciaux de taille générant des revenus supplémentaires

Autres Partenaires

- Relations de travail efficaces avec différents partenaires qui bénéficient à tous.

Principaux domaines d'intérêt

- BWF, Associations Membres
- Solidarité Olympique, Jeux Olympiques Spéciaux
- ONOC, NOC, OSEP, CGF, PGC, PSP, OPC, OSFO, WAoS
- Établissements d'éducation et de santé
- Partenaires Commerciaux

Événements

Pour inspirer, améliorer et offrir des expériences événementielles positives.

Événements

- Maintenir un calendrier et une structure de compétitions internationales pour soutenir le parcours et le développement des joueurs, des officiels techniques, des gestionnaires d'événements et des bénévoles.
- Proposer des championnats continentaux annuels avec 50% de participation des pays membres.
- Assurer la conformité avec les lois du Badminton et les Règles de Compétitions.
- au moins 10 événements officiels BWF par an dans la région.
- Développer des initiatives de divertissement pour attirer des supporters.

Officiels Techniques

- Avoir 3 pays membres différents représentés à Tokyo en 2020.
- Parcours de formation et de perfectionnement mis en place dans au moins 6 pays membres.

Organisateurs d'Événements

- Parcours de formation et de perfectionnement mis en place dans au moins 6 pays membres pour une meilleure qualité d'expérience pour les joueurs.

Principaux domaines d'intérêt

- Championnat d'Océanie, Championnats multi-sports, événements BWF, expérience des joueurs, officiels d'équipe, juges de ligne, arbitres, juge-arbitres, organisateurs d'événements, partenaires commerciaux

Marketing et Communication

Promouvoir et communiquer sur le Badminton dans la région.

Stratégie Marketing

- Élaborer et mettre en œuvre un plan marketing pour construire et promouvoir notre marque
- 80% des événements sanctionnés BWF organisés dans la région devront avoir leurs finales en direct en streaming.
- Promouvoir des histoires personnelles sur les participants de toute la région.
- Recourir aux nouvelles technologies à chaque occasion possible

Stratégie de Communication

- Élaborer et mettre en œuvre un plan pour assurer efficacement une communication à deux - voies avec les parties prenantes internes et externes.

Principaux domaines d'intérêt

- Notoriété de la marque
- Partenariats Commerciaux
- Promotions des événements
- Partenaires médiatiques, site Web, Médias sociaux
- Cohérence du message

BADMINTON
Océania