

Strengthening digital strategy, amplifying sector impact

Lessons from the Centre's practices

FEB. 25, 2026

Renforcer la stratégie numérique, amplifier l'impact

Leçons tirées des expérimentations du Centre

25 FÉV. 2026

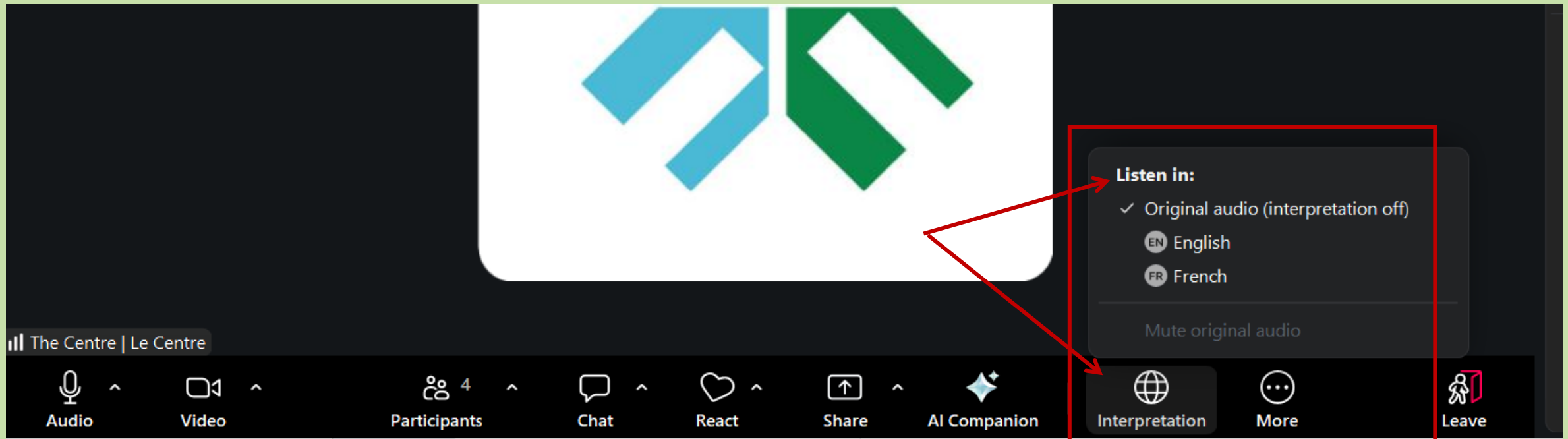


Community Housing
Transformation Centre
Centre de transformation
du logement communautaire



Simultaneous interpretation

Interprétation simultanée





Land acknowledgement

Reconnaissance territoriale





The Community Housing Transformation Centre

Catalyzing the preservation and growth of community housing in Canada.



Le Centre de transformation du logement communautaire

Catalyseur de la croissance et la préservation du logement communautaire au Canada.

Services



Services

Funding



Financement

Tools and
Resources



Outils et
ressources



Introduction



Digital strategies for Canadian non-market housing

Practical, low-resource digital approaches for non-market housing providers

- **Website** (SEO, UX, accessibility)
- **Newsletter** (Content strategy)
- **Social Media** (Free resources, tips and tricks)
- **Online Advertising** (Google ads, YouTube)
- **Analytics** (Hard data)

Stratégies numériques pour le logement non marchand au Canada

Approches pratiques et à faibles ressources pour les fournisseurs de logements non marchands

- **Site web** (SEO, UX, accessibilité)
- **Infolettre** (stratégie de contenu)
- **Médias sociaux** (ressources gratuites, trucs et astuces)
- **Publicité en ligne** (Google ads, YouTube)
- **Analytique** (données et mesures de performance)



Why this session exists

- 01 Limited staff and time
- 02 Limited operating resources
- 03 Abacus / CHF-C Research
- 04 20% goal

Raison d'être

- 01 Ressources humaines et temps limités
- 02 Ressources opérationnelles limitées
- 03 Abacus / FHC-C - Recherche
- 04 Objectif de 20 %



What we mean by digital visibility

Ce que nous entendons par visibilité numérique



Being easy
to find online



Being clear about your
mission and goals



Being seen as credible
and stable



Être facile à trouver en
ligne



Être clair sur votre
mission et vos objectifs



Être perçu comme
crédible et stable



Centre hits and misses

- ☒ Drive to web with no CTA
- ☒ One page, too many purposes
- ☒ Lack of synchronicity
- ☐ Tracking/Analysis
- ☐ Analytics

Réussites et points à améliorer du Centre

- ☒ Diriger vers le site web sans appel à l'action
- ☒ Trop d'objectifs par page
- ☒ Manque de synchronisation
- ☐ Suivi/Analyse
- ☐ Analytique



**Fundamentals of
digital presence**

**Les bases de la
présence numérique**



Your website's real job

- Explain who you are
- Explain who you serve
- Make contact easy
- **Less is more**, but *often* is best – Short blogs! Quick updates!

Le véritable rôle de votre site web

- Expliquer qui vous êtes
- Expliquer qui vous servez
- Faciliter la prise de contact
- **Moins**, c'est **mieux** — mais *plus souvent*, c'est idéal : courts billets de blogue, mises à jour rapides



Your digital foundation

Fondation numérique



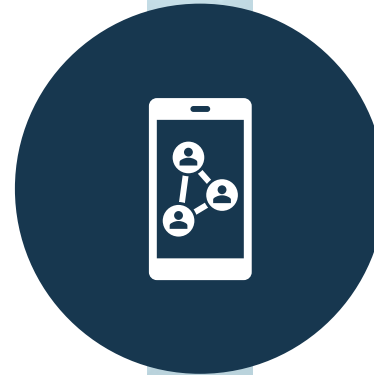
A clear website



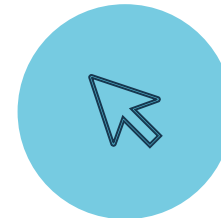
Leveraging free, simple digital tools



Making the most of social media and analytics (free, high-impact)



Un site web clair



Exploiter des outils numériques gratuits et simples



Tirer le maximum des médias sociaux et de l'analytique (gratuits et à fort impact)



Accessibility Matters

- ✓ Plain language
- ✓ Short text
- ✓ High (but not harsh) contrast
- ✓ Captions
- ✓ Mobile-friendly content

L'accessibilité est essentielle

- ✓ Langage clair et simple
- ✓ Textes courts
- ✓ Contraste élevé (sans être agressif)
- ✓ Sous-titres
- ✓ Contenu adapté aux appareils mobiles



**Optimizing
Google**

**Optimiser
Google**



TechSoup Canada

**Non-profit verification
partner**

**Discounts on software
and hardware**

Security basics and more



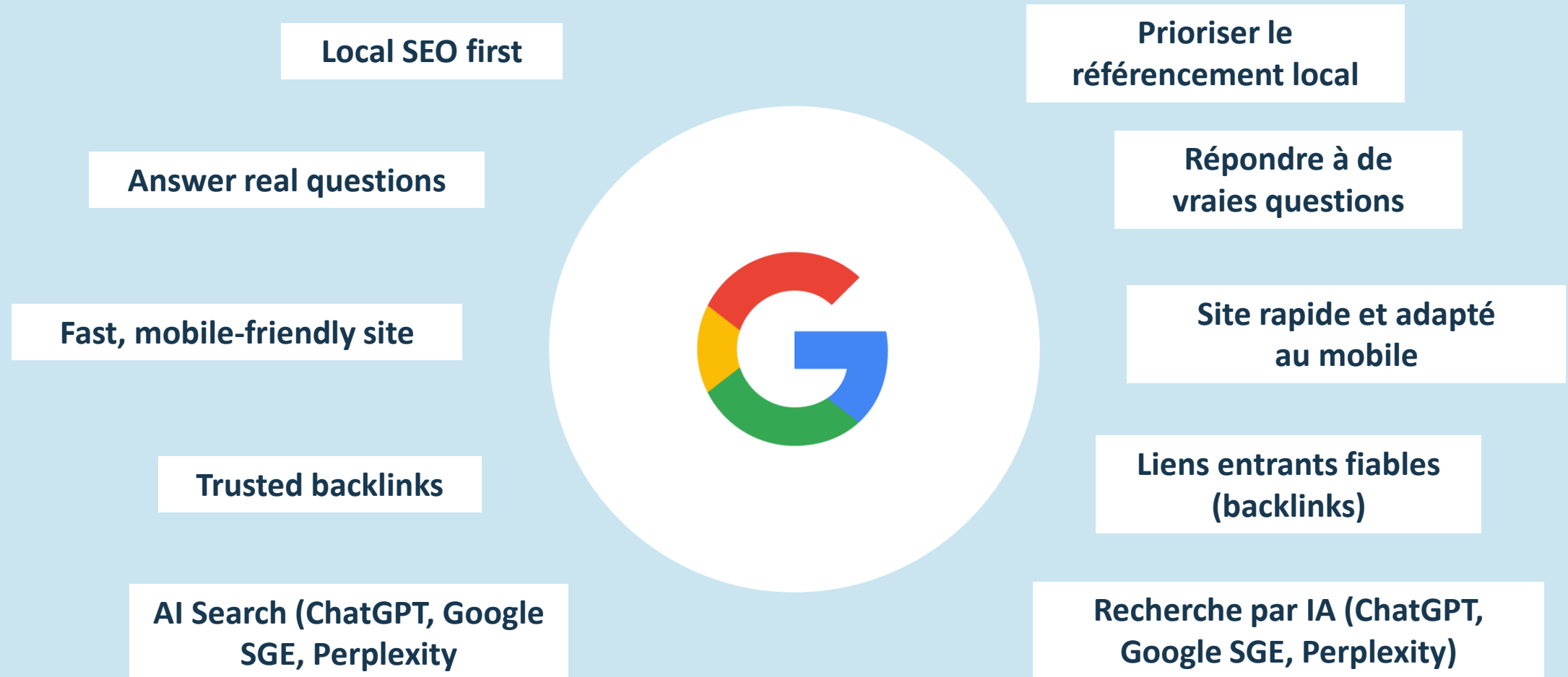
**Partenaire de vérification
pour les OBNL**

**Rabais sur les logiciels
et le matériel**

**Bases de la cybersécurité
et plus encore**



Google





Google Ad Grants



Free tools and Ad Grants to boost visibility



Behavioural AI and targeting



Best uses of Ad Grants

Subventions publicitaires Google



Outils gratuits et Ad Grants pour accroître la visibilité



IA comportementale et ciblage



Meilleurs cas d'usage des Ad Grants



Sponsored



centre.support
<https://centre.support>

Community housing works! - Growing housing affordability - Com...

We provide grants, tools and services to support affordable housing growth across Canada

Affordable housing transformation starts here.

- Target **high-intent keywords** (apply, eligibility, housing in [city])
- Send ads to **clear, helpful web pages** (not PDFs or downloads)
- Use **location terms** in ads and keywords
- Cibler des mots-clés à **forte intention** (demande, admissibilité, logement à [ville])
- Diriger les annonces vers des pages web claires et utiles (et non vers des PDF)
- Utiliser des **termes géographiques** dans les annonces et les mots-clés



Sponsored



centre.support
<https://centre.support>

Community housing works! - Growing housing affordability - Com...

We provide grants, tools and services to support affordable housing growth across Canada

Affordable housing transformation starts here.

- Keep pages updated
(**dead links = suspended ads**)
- Keep an eye on your reports and tweak accordingly
- Maintenir les pages à jour
(**liens brisés = annonces suspendues**)
- Surveiller les rapports et ajuster en continu



Review regularly

- Reallocate spend from low- to high-performing keywords/ads
- Refresh ad copy every 1–2 months
- Check links and landing-page clarity

À revoir régulièrement

- Réallouer le budget vers les annonces performantes
- Mettre à jour les textes tous les 1–2 mois
- Vérifier liens et pages d'atterrissage



Improve

- Prioritize high-intent searches (apply, eligibility, waitlist)
- Tighten geographic targeting
- Run longer campaigns—AI learns over time

À améliorer

- Cibler les recherches à forte intention
- Affiner le ciblage géographique
- Prolonger les campagnes (optimisation continue)



**Essential
tools**

**Outils
incontournables**



Social media

- What's trending?
- Reduced staff workload through self-serve information
- Expanded reach via YouTube search + Ad Grants
- Free tools that help
 - Canva
 - Meta Business Suite
 - HootSuite
 - Bitly (tracks links)

Médias sociaux

- Quelles sont les tendances?
- Réduction de la charge de travail du personnel grâce à l'information en libre-service
- Portée accrue grâce à la recherche YouTube et aux subventions publicitaires (Ad Grants)
- Outils gratuits utiles
 - Canva
 - Meta Business Suite
 - Hootsuite
 - Bitly (suivi des liens)





YouTube



- Education and engagement through accessible video
- Reduced staff workload through self-serve information
- Expanded reach via YouTube search + Ad Grants
- Fundraising and conversions using free tools (YouTube Studio)
- Éducation et mobilisation grâce à des vidéos accessibles
- Réduction de la charge de travail du personnel grâce à l'information en libre-service
- Portée accrue grâce à la recherche YouTube et aux subventions publicitaires (Ad Grants)
- Collecte de fonds et conversions à l'aide d'outils gratuits (YouTube Studio)



Video works!

- Explains complex topics simply
- Builds trust – we are humans. We exist!
- Reaches wider audiences – when and where they browse. (commuting, on break, on their phone)
- More engagements and more shares.

La vidéo, ça marche!

- Explique simplement des sujets complexes
- Renforce la confiance – nous sommes des humains. Nous existons!
- Rejoint un public plus large – là, où et quand il navigue (en déplacement, en pause, sur son téléphone)
- Plus d'engagement et plus de partages.





Newsletters still deliver!

L'infolettre est toujours efficace!



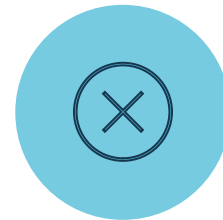
A reliable way to reach people directly



What to avoid



Un moyen fiable de joindre les gens directement



Ce qu'il faut éviter



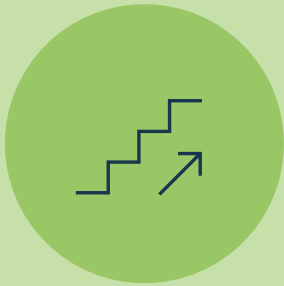
Taking action

Passer à l'action



Implementation Roadmap

Plan de mise en œuvre



Take a staged approach to digital improvement for better results

Adoptez une approche progressive de l'amélioration numérique pour obtenir de meilleurs résultats



Implementation Roadmap

Plan de mise en œuvre



Start with assessment and quick wins, using nonprofit tools like TechSoup and Google Ad Grants

Commencez par une évaluation et des gains rapides, avec des outils pour OBNL comme TechSoup et le programme Google Ad Grants



Implementation Roadmap

Plan de mise en œuvre



Focus first on high-impact fixes,
then build a sustainable content
and communication plan over
time

**Concentrez-vous d'abord
sur les correctifs à fort impact,**
puis élaborez progressivement
un plan de contenu et de
communication durable



Key takeaways

À retenir



Lessons learned

- Trying to do too much too fast – death sentence
- Test, review, adjust
- The most effective digital strategies **evolve gradually and intentionally.**

À retenir

- Essayer d'en faire trop, trop vite – c'est inutile
- Tester, évaluer, ajuster
- Les stratégies numériques les plus efficaces évoluent **graduellement et de manière intentionnelle.**



Tying it all together

En résumé



**See what's working
and what's not**

**Voyez ce qui fonctionne et ce
qui ne fonctionne pas**



Tying it all together

En résumé



What to track:

- **Where people come from**
(Search / Ads / Social / Email)
- **Top pages** people visit
- **Key actions**
(Apply, download, contact, sign up)

Quoi suivre:

- **D'où viennent les visiteurs**
(Recherche / Pubs / Médias sociaux / Courriels)
- **Les pages les plus consultées**
- **Les actions clés** (faire une demande, télécharger, contacter, s'inscrire)

Tying it all together

En résumé



How to track it:

- Use **Google Analytics** (traffic sources)
- Add **links with tracking** (email, social posts – easy guides are available.)
- Tag Ad Grant campaigns properly

Comment le suivre :

- Utiliser **Google Analytics** (sources de trafic)
- Ajouter des **liens avec suivi** (infolettres, publications sur les médias sociaux — des guides simples sont disponibles)
- Bien baliser les campagnes du programme Ad Grants



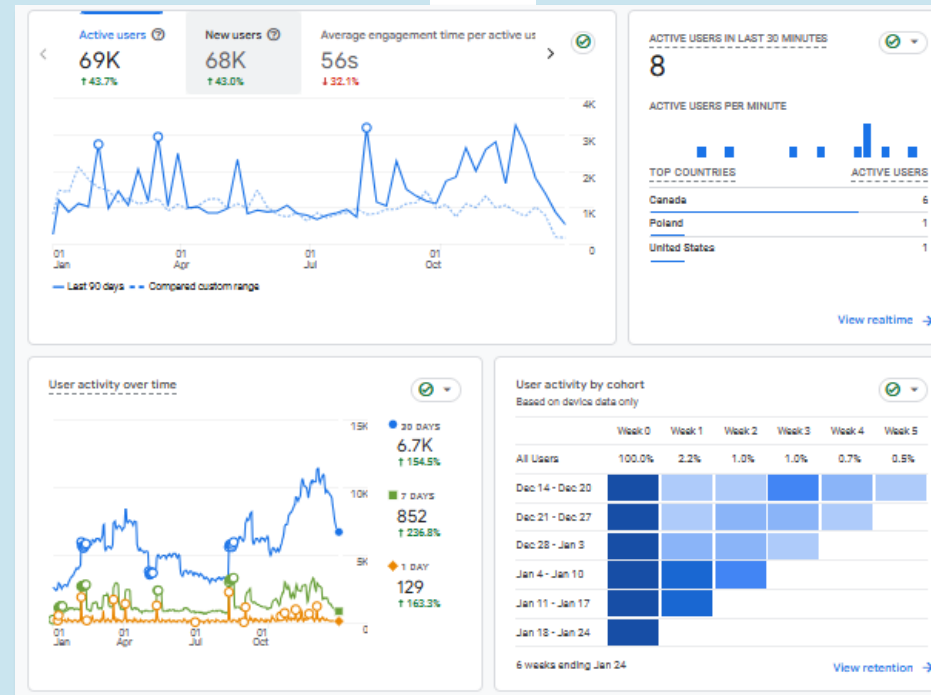
Data-driven decisions

Décisions fondées sur les données

Use analytics to identify chokepoints on your website

Reviewing top pages will let you know if your time and energy are well spent

Are the right people visiting your site? Are you sure they're human?



Utilisez Google Analytics pour repérer les points de blocage sur votre site Web.

L'examen des pages les plus consultées vous permettra de savoir si votre temps et votre énergie sont bien investis.

Les bonnes personnes visitent-elles votre site ? Êtes-vous certain qu'il s'agit de visiteurs humains ?

Thank you / Merci

www.centre.support



Community Housing
Transformation Centre

Centre de transformation
du logement communautaire