

CONCEVOIR SA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

CAP'

 La Fabrique
de la Danse

Support de cours
Paris.fr/formasso

Qu'est-ce que la communication ?

Vos définitions...

...

Plusieurs définitions...

La communication est l'ensemble des interactions avec autrui qui transmettent quelque information. Il s'agit donc aussi de l'ensemble des moyens et techniques permettant la diffusion d'un message auprès d'une certaine audience. – *Wikipedia*

Action de mettre en relation, en liaison, en contact, des choses - *Larousse*

Le fait d'établir une relation avec quelqu'un, quelque chose - *Robert*

Vient de 'communicare', « mettre ou avoir en commun » - *Étymologie*

Pourquoi communiquer ?

La stratégie de
communication...

...reflet de la stratégie
de l'association

Fédérer votre
communauté...

... et valoriser les
actions de l'association

De la stratégie de
communication aux
actions de
communication

Les questions à se poser

I. Pourquoi ?

Définir son objectif

I. Pourquoi ?

Définir son objectif

- *Remplir ma salle*
- *Me faire connaître*
- *Trouver de nouveaux bénévoles*
- ...

1. Pourquoi ?
2. A qui ?

Identifier ses cibles...

1. Pourquoi ?

2. A qui ?

Identifier ses cibles...

- *Cercle proche*
- *Deuxième cercle*
- *Cercle très éloigné*

1. Pourquoi ?
2. A qui ?
3. Quoi ?

Définir son message et
un *'appel à l'action'*

1. Pourquoi ?
2. A qui ?
3. Quoi ?

Définir son message et un *'appel à l'action'*

- *Visiter un site internet*
- *S'inscrire à une newsletter*
- *Réserver une place*
- ...

1. Pourquoi ?
2. A qui ?
3. Quoi ?
4. Combien ?

Définir votre budget

1. Pourquoi ?
2. A qui ?
3. Quoi ?
4. Combien ?
5. Comment ?

Utiliser les canaux de communication à sa disposition

Les différents canaux de communication

I. Le terrain

- Avoir des éléments de discours toujours prêts
- Profiter de chaque occasion pour parler de votre association



*Rien ne remplace
l'humain !*

1. Le terrain

2. Les supports papiers

- Belle vitrine pour votre projet ou pour un événement en particulier
- Prévoir un budget



*Bien anticiper la
production*

1. Le terrain

2. Les supports papiers

3. Les réseaux sociaux

- Une prise en main facile
- Une capacité à toucher les gens rapidement



Bien choisir son réseau !

1. Le terrain
2. Les supports papiers
3. Les réseaux sociaux
4. L'emailing

- Un contact direct
- Asynchrone



Bien choisir sa temporalité

1. Le terrain
2. Les supports papiers
3. Les réseaux sociaux
4. L'emailing
5. Site internet et blog

- Un moyen de communication complet
- Une présence maintenant indispensable



*Se familiariser au
référencement*

1. Le terrain
2. Les supports papiers
3. Les réseaux sociaux
4. L'emailing
5. Site internet et blog
6. La presse

- Une caisse de résonance efficace
- Valorisant



*Bien comprendre les
besoins des journalistes*

1. Le terrain
2. Les supports papiers
3. Les réseaux sociaux
4. L' emailing
5. Site internet et blog
6. La presse
7. Les partenaires

- Les inclure dans vos actions de communication
- Se mettre d'accord sur les échanges



Prendre le temps de s'en occuper

Un outil efficace de suivi :
le tableau de bord

Exemple de tableau de bord

Date	Event	Action / Canal	Responsable	Date limite	Fait ?	Notes
15 novembre	Spectacle	Créer Flyers	Marie	10 septembre	En cours	
		Créer Affiches	Marie	10 septembre	En cours	
		Dépôt flyers et affiches	Marie	A partir du 15 sept.		
		Posts Facebook	Charles	15 septembre		
			Charles	30 septembre		
			Charles	8 octobre		
			Charles	27 octobre		
			Charles	3 novembre		
			Charles	10 novembre		
		Event FB	Charles	5 septembre		
Article sur le blog	Lucie	30 septembre	En cours			

CAS PRATIQUE

Vous êtes en charge de la communication pour votre association, qui organise une journée de festival. A votre disposition, un site internet et une page Facebook.

OUTILS

TABLEAU DE BORD

- Google Sheets

RESEAUX SOCIAUX

- Buffer

VISUELS

- Canva

EMAILING

- Mailchimp

AUTRES FORMATIONS

- Créer ses visuels
- Réseaux sociaux
- Communiquer avec la presse
- Créer son site internet