L'importance de la communication pour les associations

Formation OSCAPE | 5 août 2016

Sitraka Rabemanantsoa | Rébecca Cordat

La communication c'est l'art de communiquer, d'établir une relation avec autrui et de transmettre quelque chose à quelqu'un. Elle désigne :

L'ensemble des moyens qui permettent la transmission d'un message auprès d'une **audience donnée**

L'action **d'informer et de promouvoir son activité** auprès d'autrui et d'entretenir son image par tout procédé médiatique.

Ron Hubbard « *La communication, c'est la vie. Sans elle, nous sommes morts aux yeux de tout le monde.* »

I. Définir sa communication

A. Commencer par bien se connaître

B. Les objectifs

C. Les cibles

II. Passer à l'action

A. Communication visuelle

B. Événementiel

C. Sites internet

D. Réseaux sociaux

E. Médias

III. Comment mettre en place ces actions ?

I. Définir sa communication

A. Commencer par bien se connaître

- Définir son association en **5 lignes maximum.**
- Choisir les **mots clés**
- Définir **les valeurs** de l'association**,**
- Définir **les engagements**,
- Définir **les enjeux**

Tous ces éléments sont la base de votre communication : vous devez les communiquez en interne pour assurer un discours cohérents et en externe pour clarifier votre message.

I. Définir sa communication

B. Les objectifs

- Assurer le **financement** de l'association et de ses missions
- **Mobiliser** et faire **adhérer**
- Informer et **sensibiliser**
- **Promouvoir** l'association, se **faire connaître**

I. Définir sa communication

C. Les cibles

À qui vous adressez-vous ?

Cibles	Objectifs	Messages	Moyens
Les donateurs			
Les mécènes (financiers, en nature et de compétences)			
Les partenaires			
Les institutions publiques locales			
La population locale			
Les possibles futurs bénévoles			
La presse et autres relais d'informations			

Cibles	Objectifs ?
Les donateurs	
Les mécènes (financiers, en nature et de compétences)	
Les partenaires	
Les institutions publiques locales	
La population locale	
Les possibles futurs bénévoles	
La presse et autres relais d'informations	

Assurer le **financement** de l'association et de ses missions

Mobiliser et faire **adhérer**

Informer et **sensibiliser**

Promouvoir l'association, se **faire connaître**

Cibles	Objectifs	Message ?
Les donateurs	Assurer le financement de l'association et de ses missions Informer et sensibiliser	
Les mécènes (financiers, en nature et de compétences)	Assurer le financement de l'association et de ses missions Informer et sensibiliser	
Les partenaires	Assurer le financement de l'association et de ses missions Informer et sensibiliser	
Les institutions publiques locales	Informer et sensibiliser Mobiliser et faire adhérer Promouvoir l'association	
La population locale	Informer et sensibiliser Mobiliser et faire adhérer Promouvoir l'association	Exemple : Voici ce que nous faisons… il existe tel problème… Agissons !
Les possibles futurs bénévoles	Informer et sensibiliser Mobiliser et faire adhérer	
La presse et autres relais d'informations	Informer et sensibiliser Promouvoir l'association	

Cibles	Objectifs	Messages	Moyens ?
Les donateurs	Assurer le financement de l'association et de ses missions Informer et sensibiliser		
Les mécènes (financiers, en nature et de compétences)	Assurer le financement de l'association et de ses missions Informer et sensibiliser		
Les partenaires	Assurer le financement de l'association et de ses missions Informer et sensibiliser		
Les institutions publiques locales	Informer et sensibiliser Mobiliser et faire adhérer Promouvoir l'association		
La population locale	Informer et sensibiliser Mobiliser et faire adhérer Promouvoir l'association		
Les possibles futurs bénévoles	Informer et sensibiliser Mobiliser et faire adhérer		
La presse et autres relais d'informations	Informer et sensibiliser Promouvoir l'association		

II. Passer à l'action !

A. Communication visuelle

Le logo est essentiel dans l'identité visuelle de toute entreprise ou association. Une structure sans logo, c'est comme une personne sans visage.

I. Passer à l'action

A. Communication visuelle : le logo

- Être visible et reconnaissable
- **Sortir du lot**
- Prouver son professionnalisme
- **Montrer son secteur d'activité**

I. Passer à l'action

A. Communication visuelle : le logo

« Une image vaut mille mots »

II. Passer à l'action

B. Communication événementielle

Support de communication **interne** comme **externe**

Outil de communication stratégique

II. Passer à l'action

B. Communication événementielle

Les indispensables :

- Définir ses cibles
- Choisir l'événement à préparer
- Planification des tâches à entreprendre
- Prévoir en détail un plan de communication adapté à l'événement

II. Passer à l'action

B. Communication événementielle

Les outils pour communiquer autour :

Les médias (TV, radio et presse)

L'affichage et/ou les flyers

Les roll up

Internet via les réseaux sociaux, les sites et les blogs

II. Passer à l'action

C. Site internet

Quel contenus doit avoir un site internet ?

Sitraka Rabemanantsoa | Rébecca Cordat

II. Passer à l'action

C. Site internet

- Le logo
- Contacts (adresse postale et adresse mail)
- Les actions de l'association
- Des illustrations
- Les valeurs de l'association, ses engagements
- Une partie « faire un don » « nous parrainer » « s'engager », « rejoindre l'équipe »…
- Des actualités

II. Passer à l'action

D. Facebook

- Attention : **Page** ~~– profil – groupe~~
- Définissez au préalable le contenu
- Partagez le site internet
- Accompagner chaque publication d'un visuel
- **Dévoilez les coulisses**
- **Programmez vos publications (attention !)**
- **Répondez aux messages et commentaires**

J'aime Commenter Partager

Grandir à Antsirabe

@GrandiraAntsirabe

- Accueil
- À propos
- Photos
- Évènements
- Avis
- Mentions J'aime
- Articles
- Vidéos
- Publications
- Gérer les onglets

Promouvoir

Grandir à Antsirabe avec Manon Orinel et 6 autres personnes.

Publié par Rébecca Cdt [?] · 14 juillet, 01:36 · Antsirabe ·

Andro fifaliana lehibe ho anay tato amin'ny Grandir à Antsirabe ny fampisehoana omaly satria tsy ny ankizy irery ihany no nandray anjara tamin'izy io fa na ireo mpanabe sy ireo mpiara-miasa rehetra ao amin'ny Fikambana koa aza !
Indro atolotray anareo ireo minitra vitsy nandraisanay anjara tamin'ny "DanselaRue" omaly koa ankafizo ary e !

Izahay mpiara-miasa ato amin'ny Grandir à Antsirabe → http://bit.ly/izahay-mpiara-miasa

- - - - - - - - - -

L'événement d'hier a été l'occasion pour l'équipe de Grandir à Antsirabe de participer à l'activité DanselaRue avec les enfants des rues venus au concert !
Appréciez en vidéo ce moment privilégié... Et le talent de notre équipe !

Découvrez notre équipe → http://grandiraantsirabe.org/lequipe/

1360 personnes atteintes Booster

Sitraka Rabemanantsoa | Rébecca Cordat

II. Passer à l'action

E. Média

- Outil de communication qui regroupe toutes les actions à destination de la presse et des journalistes

Objectif : entretenir **des relations avec différents journalistes** pour faciliter le transfert d'information et générer des supports de communication favorable en termes d'audience (que ce soit **en volume** ou **en qualité**)

II. Passer à l'action

E. Média

Les indispensables pour réussir sa relation presse :

- Identifier ses besoins
- Déterminer la cible
- Evaluer les outils de communication adéquats : TV,
- Presse, Radio, Web
- Entretenir des rapports réguliers avec les journalistes et créer des relations de confiance et de collaboration.

II. Passer à l'action

E. Média

Le mode d'emploi :

- Bien informer les journalistes
- Les Relations Presses font partie intégrante du plan de communication
- Bien identifier les cibles médias et faire un listing de contact presse pour savoir qui joindre, quand, comment.
- Savoir adapter le message au média

II. Passer à l'action

E. Médias

Les outils :

- Le dossier de presse
- Le communiqué de presse
- Les conférences de presse
- Le voyage de presse
- L'interview
- L'espace publicitaire

III. Comment mettre en place ces actions ?

Même si la communication peut paraître secondaire, elle est aujourd'hui **indispensable** pour développer son association sur **le long terme.**

III. Comment mettre en place ces actions ?

1. Appeler à la mobilisation de bénévoles qui peuvent s'impliquer sur les projets de communication (graphiste, com, community manager…).

III. Comment mettre en place ces actions ?

2. Faire appel à un stagiaire en communication

III. Comment mettre en place ces actions ?

3. Suivre des tutoriels sur internet

III. Comment mettre en place ces actions ?

4. Mutualiser les ressources

III. Comment mettre en place ces actions ?

5. **Mécénat de compétence :** Mobiliser les compétences d'une entreprise partenaire pour l'association (appui à la communication, organisation d'événements…)

III. Comment mettre en place ces actions ?

6. **Utiliser les réseaux sociaux pour faire passer ses messages :** c'est gratuit !

Misaotra !

Formation OSCAPE | 5 août 2016

Sitraka Rabemanantsoa | Rébecca Cordat