



PRESENTATION : COMMUNICATION EXTERNE

Envoyer des informations à vos membres ou aux personnes qui vous suivent, recruter de nouveaux bénévoles, solliciter de potentiels donateurs, se faire connaître, informer sur vos évènements, ... Les besoins en **communication externe** des **associations** ne manquent pas.

Pourtant, définir et mettre en place une bonne communication n'est pas une évidence (autrement personne n'en ferait son métier).

1 – OBJECTIF DE LA COMMUNICATION

La première question que vous devez vous poser avant de vous lancer est : pourquoi et vers qui souhaitons-nous communiquer ?

Le pourquoi vous force à définir l'objectif de votre **stratégie de communication**. On reconnaît habituellement 3 grands objectifs :

- Se faire connaître et faire connaître ses actions - *objectif cognitif*
- Améliorer ou modifier son image - *objectif affectif*
- Provoquer une action (l'adhésion, le don, l'achat, ...) - *objectif conatif*

2 – LES CANAUX DE COMMUNICATION

Les différents canaux historiques :

- 1 - Publicité Média : Télévision, Radio, Presse, ...
- 2 – Publicité Hors média : Salons, Affichage, Forum des Associations, ...
- 3 – Actions Publicitaires : Appel téléphonique, mailing, ...

Les canaux de communication sur Internet :

- **Réseaux sociaux** : Facebook, Twitter, YouTube, Snapchat, Instagram, ... Beaucoup de gens les fréquentent et tout le monde en parle.

- **Site internet et Blog** : un site internet bien construit est le garant de la crédibilité de l'association. Un Blog associé sert de fil d'informations. Concept Inbound Marketing.
- **Publicité / Affiliation Marketing** : Pour donner de la visibilité à votre site internet.
- **Newsletters** : Vous avez réussi à capter l'attention d'un adhérent potentiel et vous avez obtenu son adresse e-mail. C'est là que sa fidélisation se joue !
- **E-mailing** : Vous communiquez à partir d'une base de données d'adresses e-mail vers vos cibles.
- **Sondages** : Vous donnez la parole à vos membres ou aux visiteurs de votre site.

3 – LES SUJETS ET OUTILS ABORDES

- Les Banques d'Images et d'illustrations : Visualhunt, Pixabay, Unsplash, freepik.com
- Outil pour votre communication : Canva (Logo, Flyers, ...), Prezi, Goggle Slides
- Un Site Internet : Son rôle dans la stratégie de communication et le bon contenu
- Google Ad Grants : Vous rendre visible. 9 000 € de publicité gratuite par mois
- Le Reciblage/Retargeting - Affiliation : Le suivi de vos visiteurs – Annonces Publicitaires
- Google Analytics : Pour analyser les performances de votre site
- Les réseaux sociaux : des alliés incontournables - Les Vidéos dans votre stratégie
- Tour d'horizon des réseaux sociaux : lesquels choisir ?
- Pourquoi créer un Blog ? Quel intérêt par rapport aux réseaux sociaux ?
- L'E-mailing : l'outil qui n'a pas dit son dernier mot – Marketing automation
- Les Newsletters : Avantages et Inconvénients
- Les Sondages : Faire interagir vos membres ou vos visisteurs

4 – INFORMATIONS

- **Public Concerné** : Dirigeants associatifs / Responsables de communication
- **Durée** : 2 à 3 heures (selon le nombre de participants)