



Elaborer sa stratégie de communication

Contexte

- La Communication est au service du projet associatif. Pour atteindre un certain nombre de ses objectifs, l'association peut compter sur la communication comme un moyen précieux : pour gagner en visibilité, pour fédérer les acteurs et parties prenantes qui adhèrent à l'association, pour obtenir des financements, pour recruter des bénévoles,... Communiquer sur ses valeurs et ses actions est donc devenu fondamental pour les associations.

Et c'est grâce à la mise en place d'actions et d'outils construits en cohérence, organisés par le plan de communication, qu'elles pourront y parvenir.

Objectifs

- Comprendre les notions de communication et mesurer les enjeux de la communication associative
- Construire et faire vivre une stratégie de communication (via un plan de communication)
- Maîtriser les outils de base pour mieux communiquer en interne et en externe sur son projet et ses activités

Programme

- La communication associative**
 - Définition des enjeux et spécificités
 - Les différents niveaux de communication (interne et externe)
 - Les différents outils de communication
- Le plan de communication au service du projet associatif**

Méthodologie :

 - Etape 1 : diagnostic
 - Etape 2 : objectifs stratégiques
 - Etape 3 : les cibles
 - Etape 4 : les messages et concepts
 - Etape 5 : objectifs opérationnels et actions de communication
 - Etape 6 : choisir les moyens et outils appropriés
 - Etape 7 : élaborer un planning et définir le budget
 - Etape 8 : mesurer la performance des outils et actions
- Les différents outils de communication**
 - L'image
 - L'écrit
 - Le web
 - Les relations presse (fichier, communiqué, dossier et conférence de presse)
 - Les relations publiques (travail avec une agence)
- Etude de cas**

Date(s) :
3 décembre 2019

Lieu :
URIOPSS - Marseille

Durée :
1 jour – 7 heures

Coût :

- Dirigeants salariés : 275 €
- Dirigeants bénévoles : 198 €^(*)

^(*) A partir du 2^{ème} inscrit : 99 €/personne

Public :
Directeurs d'établissements, de services, administrateurs, chargés de communication ou toute personne en charge de la communication

Méthodes pédagogiques :

- Alternance d'apports théoriques et d'échanges sur les pratiques
- Travaux de groupe
- Retour sur des cas concrets exposés par le groupe

Intervenante :
Emilie SCHNEIDER,
Chargée de communication de l'URIOPSS PACA et Corse