



On s'outille !

Comment bien communiquer et engager son public ?



La stratégie de com'

Questions à se poser en amont :



Objectif ?

recruter organisation - augmenter public - augmenter ma notoriété - m'inscrire dans un réseau ...



Public visé ?

plus la cible est restreinte, plus il sera facile d'adapter la com.
Exemple : femmes de 25 à 50 ans - habitant.e.s adultes de Caen...



Votre message ?

un message clair, compréhensible et adapté aux publics cibles



Temps et compétences disponibles en interne ?

1 équipe dédiée - 1 personne - sait faire des vidéos - des photos ...

Le plan d'action

Les étapes pour construire votre plan de com' :



Identifiez des relais

collectivité territoriale - lieux culturels - associations - commerces de proximité - médias locaux ...



Faites le point sur vos outils

charte graphique - supports disponibles - canaux déjà utilisés



Construisez votre plan

choix des canaux, déclinaison, date et fréquence, moyens mobilisés, responsable de l'action...



Contactez les médias locaux

faire une liste, trouver des contacts de journalistes, rédiger un CP

Caractéristique



Twitter

Objectif rempli :

Mise en réseau - visibilité - réputation.
Permet de toucher journalistes et ONG.

Public présent :

Majoritairement homme de 25 - 44 ans.
Public pro/ militant.

Utilisation :

1 phrase marquante, courte avec image forte.



LinkedIn

Objectif rempli :

Mise en réseau - réputation.
Permet de toucher les entreprises.

Public présent :

Moyenne d'âge 44 ans, hommes et femmes.
Public pro et beaucoup dirigeant.e.s.

Utilisation :

Consensuel, belle histoire, image douce.

Caractéristique



Facebook

Objectif :

Création d'évènements - toucher groupes

Public :

25 - 44 ans, plus ça avance plus l'âge recule.
Public assez large / groupes assos et collectifs.

Utilisation :

Phrases courtes, belle image, tagguer
partenaires



Instagram

Objectif :

Mise en réseau - réputation.
Permet toucher les entreprises.

Public :

18 - 35 ans, légère majorité femmes.
Public pro et beaucoup dirigeant.e.s.

Utilisation :

Graphique - peu de texte - consensuel

Attirer sur un évènement



Memes

attirer traffic



Photos

personnes

vendre évènements



Chiffre choc

vendre évènements



Vidéos

attirer traffic



Articles

vendre évènements

Evènement Facebook



Complexité :

Simple, tout est guidé.

Avantage :

- Sponso possible
- Suivis personnes

Outils pratiques :

- Suivis statistique pour être sûr qu'on attire la bonne cible.

Sponsorisation Facebook

Détails de l'audience

Lieu - Résidence
France

Âge
18 - 35

Genre
Homme

Personnes qui correspondent à :
Centres d'intérêt : Mr Mondialisation, Méditation, Écologie, Yoga, Chaussures, Greenpeace, Véja, Europe Écologie Les Verts, FAGUO ou Vêtements pour hommes

Modifier l'audience

Complexité :

Simple, tout est guidé.

Outils pratiques :

- Suivi statistique pour être sûr qu'on attire la bonne cible.

Avantage :

- Sponso possible
- Suivis personnes



Récap boîte à outils

Pour faire des memes : <https://imgflip.com/>

Pour faire des visuels :

https://www.canva.com/fr_fr/canva-pour-organisations-but-non-lucratif/

Pour s'améliorer en SEO et être dans l'actualité :

<https://trends.google.com/trends/?geo=FR>

Pour programmer des publications et suivre les stats (freemium donc disponible gratuitement si on publie peu) : <https://www.hootsuite.com/fr/pages/home/free>

Pour organiser sa todo : <https://trello.com/fr>

Merci de nous avoir suivi jusqu'au bout !

**En un mot, avec quoi vous repartez
de cette formation ?**

 [Lien vers le questionnaire](#)

