

LA COMMUNICATION AU SEIN D'UNE ASSOCIATION



Durée : 1 jour - 7 heures
Tarif : 1 100€
 10 participants maximum

Méthodes pédagogiques : apports théoriques, réglementation, cas pratiques, prise en main de logiciels, créations de supports, quizz...

Profil stagiaire : toute personne issue du milieu associatif souhaitant développer ses compétences en communication

La communication au sein des associations de loi 1901 reste souvent peu exploitée. N'utilisant que très peu les médias, les techniques sont parfois méconnues. Aussi, malgré la réglementation spécifique qui les régit, les associations ont besoin de communiquer notamment vers leurs adhérents et leurs partenaires. Certes, cela n'est pas toujours évident à mettre en place mais aujourd'hui, de nombreux outils et moyens existent et tendent à renforcer l'image qu'une association peut renvoyer.

Un réel travail est nécessaire en amont afin de savoir ce que l'on souhaite dire, à qui et comment. Ce n'est qu'après avoir respecté un certain nombre d'étapes que l'on peut mettre en place une communication globale cohérente et pertinente.

Chaque association est unique et doit pouvoir le justifier en mettant en avant ses forces et ses valeurs. À elle également de pouvoir identifier ses besoins en communication après avoir réalisé un état des lieux de sa situation.

OBJECTIFS : comprendre le rôle de la communication et ses enjeux ; savoir développer un plan de communication efficace et lister les différentes étapes ; pouvoir repérer et former une équipe compétente pour gérer la communication ; adopter une identité claire pour son association...

Le terme communication est parfois peu apprécié dans le milieu associatif. En effet, celui-ci est souvent associé à l'univers du marketing. Toutefois, il ne faut pas confondre ces deux notions. Si le marketing est lié au développement de la vente, la communication renvoie elle à la mise en relation avec quelqu'un. A travers cette mise en relation, l'objectif principal est d'envoyer un message et ainsi accroître notamment le lien social avec la cible.

La communication est une discipline au service du lien.

Par ailleurs, il est important de prendre autant en compte la forme que le fond. Un message peut être très clair mais s'il est mal illustré ou si le support n'est pas approprié, il ne parviendra jamais jusqu'à la cible. Cette formation globale apporte des pistes de réflexion dans le développement d'une stratégie de communication mais également des outils prêts à l'emploi.

Il ne faut pas sous-estimer l'impact d'une communication maîtrisée et bien déployée.

PROGRAMME

Qu'est-ce que la communication au sein d'une association ?

- Définition et objectifs
- La réglementation
- Les avantages

Etat des lieux et identification

- Des besoins
- De l'équipe de communication
- Des réseaux à solliciter

Mettre en place une stratégie de communication

- L'identité de l'association (historique, valeurs, charge graphique)
- Le plan de communication (interne et externe) : les différentes étapes

Les outils

- Media : affichage, presse écrite, radio, Internet ...
- Hors media : foires, salons, relation presse, réseaux sociaux...

Évaluation de début et de fin de formation