

LES BASES D'UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION EFFICACE

CONTENU DE LA FORMATION :

L'identité visuelle

Nous évoquerons la charte graphique et tous les visuels utiles à la communication d'une association.

Nous verrons aussi ensemble les différents types de communication de groupe / de masse : informative, promotionnelle, institutionnelle.

Les supports de communication : imprimés multiples, digital, mailing, sms, autres.

Animer son site internet / son blog / les réseaux sociaux, animer une communauté.

Importance d'un site internet. Comment le créer ?

Quels réseaux sociaux choisir, pour quels usages ?

Quelle info, comment et à quel moment ?

Point important : tous ces outils aident au bon référencement de votre association sur Google (moteur de recherche le plus utilisé).
Éléments d'approche sur le référencement.

Promouvoir son activité par l'événementiel, les relations publiques et la relation presse.

Présenter ses services / ses produits / son activité

Comment décrocher un article / une interview dans les médias ?

L'importance des relations publiques dans la notoriété de votre association.

Évènementiel : pourquoi, quoi, qui, quand, quel objectif ?

Boîte à outil

Outils gratuits en ligne, accessibles à tous (banque d'images, logiciel de création, etc)

Termes à retenir :

(liste non exhaustive) unité, cohérence, faire connaître, faire reconnaître, animer, fidéliser, bouche à oreille, surprendre, parler de notre activité tout le temps à tout le monde, etc.



