

## CRÉER DES OUTILS DE COMMUNICATION ET DES PARTENARIATS POUR VALORISER MON ACTION



© ZUMSTEIN/UNICEF France



### QU'EST-CE QUE LA COMMUNICATION ?

La communication est l'action de communiquer, de transmettre des informations ou des connaissances à une ou plusieurs personnes.

Elle a pour but de faire savoir, faire aimer ou faire agir.

Pour que la communication soit efficace, il est donc nécessaire qu'elle tienne compte

- de l'objectif que l'on se fixe (porter à la connaissance, éveiller l'envie ou provoquer un comportement);
  - du contenu du message;
  - du canal qui sera utilisé;
  - de la connaissance que nous avons de la personne à qui nous nous adressons.



### COMMENT COMMUNIQUER ?

- Mettez en place un **plan de communication précisant les objectifs, canaux cibles envisagés.**
- **Pour une meilleure coordination et cohérence de message**, désignez une personne chargée de la communication de l'événement/du projet.
- Définissez un calendrier avec des étapes, les supports à créer, leur nombre, lister des idées de lieux où diffuser les supports.
- Travaillez en mode projet : chacun a un rôle défini et des tâches.
- Faites des points réguliers en équipe sur l'avancée du projet, les difficultés que vous rencontrez...



## QU'EST-CE QU'UN BON OUTIL DE COMMUNICATION ?

Un **outil de communication est efficace quand...**

- Il transmet un **message clair**.
- Il fait connaître **qui parle, ce dont on parle**, et le ou les **objectif(s)**.
- Il est visible et de qualité.
- Il a un impact sur le public qu'on cible (par ex : faire venir des gens à son événement, faire agir quelqu'un sur quelque chose).

Avant tout, il est indispensable de connaître la **cible** de cet outil : quel **message** ? quel niveau de langage ? quel ton ? quelles images ? On ne s'adresse pas de la même façon à un jeune de 14 ans et à une personne de 60 ans.



## QUELS SONT LES OUTILS POSSIBLES ?

Pour communiquer auprès d'un public extérieur (Communication extérieure) valorisez votre appartenance à un réseau UNICEF France et mettez en avant le nom de l'association et son logo sur vos supports :

- Flyers, prospectus,
- Affiches,
- Mails,
- Phoning,
- Bouche-à-oreille et relations publiques,
- Partenariats,
- Crowdfunding (pour récolter une cagnotte pour votre projet, sur internet grâce à un lien que vous envoyez à votre entourage. Ils peuvent contribuer en payant en ligne. Il existe de nombreux sites qui proposent cela comme Kickstarter, KissKissBankBank ou Ulule.)
- les salons professionnels et grand public,
- les colloques,
- les journées portes ouvertes dans les établissements scolaires, les universités etc.,
- les soirées de networking pour élargir son réseau de relations professionnelles dans son secteur.

Vous pouvez également organiser des relations avec la presse :

- le communiqué de presse,
- les articles ou reportages dans la presse locale.

N'oubliez pas un point essentiel, la communication interne, élément fédérateur essentiel à votre projet :

- les réunions (qui peuvent être faites sur Skype par exemple). Pensez à faire des comptes-rendus pour l'équipe ou les absents,
- une boîte à idées,
- un débriefing après l'événement avec un petit bilan pour voir les + et les -.



## OBJECTIFS

- **Inform** le(s) public(s) visés de son événement, action, message.
- **Apprendre à mener un projet** et en tirer des enseignements.
- **Monter en compétences** et les valoriser dans un parcours étudiant puis professionnel.
- **Se constituer un réseau** et apprendre à l'entretenir



## QUELS PUBLICS ?

En communiquant sur son projet, on espère le faire connaître du plus grand nombre pour être visible. Si vous organisez une conférence pour les jeunes, vous ciblez ce public particulier et adaptez votre message.

Pensez toujours à vous mettre à la place du public à qui vous vous adressez (par oral comme par écrit) pour être les plus clairs, confis et efficaces possible.



## LES ÉTAPES CLEFS

Pour bien communiquer, il est important d'avoir un calendrier organisé et de définir les étapes :

- Brainstorming sur les documents et répartition des tâches,
- Définition des messages, rédaction et réalisation des supports,
- Lancement (impression et affichage et/ou mise en ligne...),
- Pour un événement, pensez à envoyer un « Save the Date ! » par mail en amont et à faire 1 ou 2 relances avant le Jour J,
- Bilan (essentiel, à ne pas négliger).



## MÉTHODE

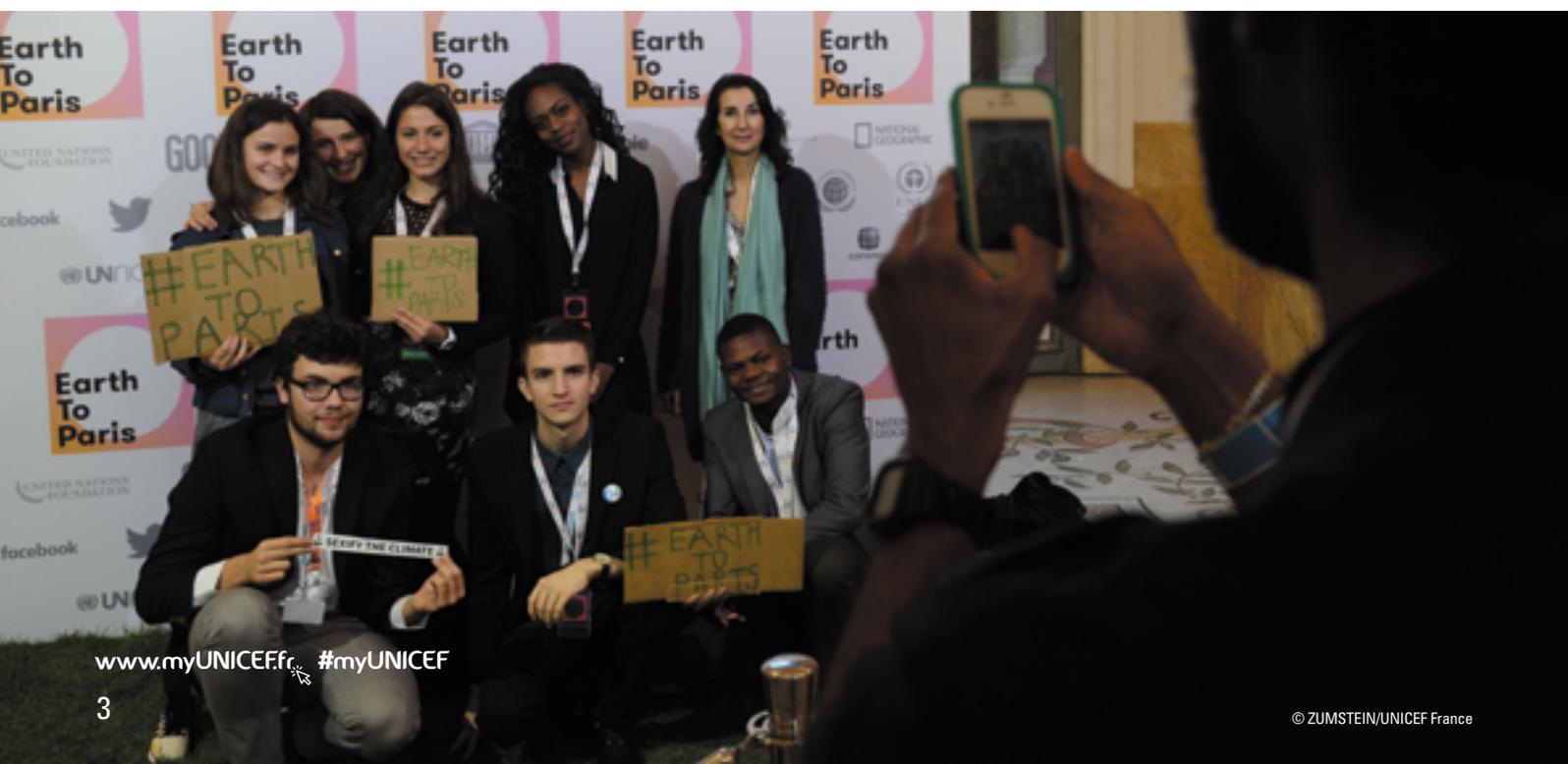
### Comment être percutant ?

- Choisir un message-clé et un angle d'approche.
- Commencer par l'essentiel.
- Diversifier et hiérarchiser les idées et les mots-clés.
- Être concis, faire des phrases courtes.

- Simplifier la syntaxe au maximum pour un style plus dynamique.
- Affiner le vocabulaire, trouver des synonymes pour éviter les répétitions.

### Comment capter l'attention du lecteur (sur internet, sur un document papier...)?

- Soigner le titre.
- Sur le web, **inciter au clic** et à la lecture grâce à une bonne accroche.
- Habiller le texte avec la mise en page (sauter des lignes, aérer en faisant des paragraphes, mettre du texte en gras...) et des photos pour illustrer.
- Enrichir les contenus avec des liens hypertexte pertinents (vers site [www.unicef.fr](http://www.unicef.fr), [www.myunicef.fr](http://www.myunicef.fr), [www.unicef.org...](http://www.unicef.org...))
- Focus réseaux sociaux : organiser sa présence digitale le + possible et animer sa communauté de fans sur Facebook (si vous avez une page ou un groupe), créer une démarche d'influence sur Twitter (repérer des influenceurs, les interpeller, retwitter). Il est important d'être présent régulièrement pour être vu.



## RESSOURCES NÉCESSAIRES



- Logiciels pour créer vos outils facilement : **Microsoft Word, Powerpoint**, voire Adobe Photoshop ou Indesign si vous savez les utiliser.
- Un ordinateur, un smartphone ou une tablette avec une connexion internet (posts réguliers sur les réseaux sociaux).
- Des photos ou visuels de bonne qualité.
- Une imprimante (vous pouvez faire imprimer vos affiches et vos flyers chez un imprimeur à côté de chez vous).

## RÉSULTATS ATTENDUS



- Les outils de communication doivent donner de la visibilité à votre événement ou à votre projet : donner envie, rassembler du monde, faire connaître l'UNICEF et ses thématiques, mobiliser, véhiculer une image positive et dynamique dans tous les lieux que vous investissez.

## QU'EST-CE QU'UN PARTENARIAT ?



C'est un échange de visibilité entre vous et un acteur partenaire qui peut vous apporter de la visibilité, des financements, une aide logistique dans votre projet.

En échange, il doit trouver de l'intérêt dans ce que vous lui apportez (son logo sur vos supports de com print et web, une visibilité lors de l'événement avec des affiches, kakémonos, distribution de goodies...)

Le partenariat gratuit fonctionne bien, il consiste à un échange de produits ou matériel contre de la visibilité.



VOIR  
AUSSI

Fiche

Être un influenceur numérique

Fiche

Organiser une conférence/un  
débat

Fiche

Organiser un événement de  
collecte



## LES ÉTAPES DU PARTENARIAT

- Identifiez vos besoins pour mener à bien le projet (financements, visibilité, locaux...) et ses objectifs (thématique, nombre de personnes présentes, choix des intervenants, mobilisation du groupe projet, difficultés rencontrées, mobilisation d'autres jeunes autour du projet...)
  - Identifiez votre public cible pour trouver les partenaires pertinents, à qui vous pouvez proposer une visibilité et une participation à l'événement.
  - Trouvez le bon interlocuteur à contacter une fois identifié, par mail pour commencer : cherchez les adresses mails sur leur site internet, et pensez aux réseaux sociaux (messages privés sur Twitter, LinkedIn, Viadeo...)
- N'oubliez pas de faire jouer votre propre réseau (famille, amis, collègues de membres de votre famille). Il vous sera beaucoup plus facile de les contacter de la part de quelqu'un que vous connaissez.
- Dans votre mail, n'oubliez pas de présenter votre projet, l'UNICEF France, ce que vous pouvez leur apporter... Il faut proposer un partenariat gagnant-gagnant et idéalement décrocher un rendez-vous pour en discuter de vive voix.
  - Une fois le rendez-vous fixé, il faut le convaincre et discuter des étapes, du calendrier de votre projet et de vos besoins concrets. Le partenaire peut relayer votre événement/projet et vous aider à gagner en visibilité lui aussi.
  - N'oubliez pas de vous mettre d'accord par écrit sur les engagements de chacun (dans un mail suivant votre rendez-vous par exemple)
  - Faites vivre le partenariat jusqu'à la fin du projet : tenir au courant le partenaire de l'avancée du projet, de sa réussite.
  - N'oubliez pas de remercier le partenaire (un petit mot lors de l'événement ou autre) et restez en contact pour la suite, pour vos prochains projets !

### LE CONSEIL EN + :

**À plusieurs, on a encore plus d'idées ! Pensez à vous entourer et à conserver la cohésion du groupe projet jusqu'au bout.**