



La communication est une nécessité au quotidien !  
Au fil du temps les outils évoluent mais il reste le concept !

... **Transmettre un Message entre au moins 2 personnes ou 2 entités.**

Le message peut avoir différents objectifs :

- **Faire passer une information, une connaissance ou une émotion**
- **Créer une norme commune pour se comprendre**
- **Obtenir une influence pour inciter l'autre à agir selon sa volonté**
- **Donner son identité sa personnalité au tiers pour être connu**

## Les outils disponibles :

- **1. Le site internet**, tenu à jour des différentes opérations, peut être une **newsletter** pour informer les clients des manifestations, un **contact**, pour la rétroaction
- **2. L'usage des réseaux sociaux facebook®, twitter®, linkedin®, .....**
- **3. L'usage des emails** Le fichier clients, des uns faisant le fichier de l'UC. Facile à utiliser, pour un cout Neutre
- **4. L'usage des SMS** bien perçu par les clients (messages courts et directs)
- **5. La radio outil efficace pour faire la promotion** de l'association (compte tenu des coûts, faire un projet précis et voir avec une agence de communication)
- **6. La presse** : Pour véhiculer l'image de l'association

## Le plan de communication :

Quelques règles :

- Définir la ou les cibles
- Les objectifs à atteindre
- Les moyens financiers disponibles
- Définir un planning
- Faire un bilan après chaque opération

## Creation de documents de communication :

- **1. L'édition d'un journal dédié aux clients et aux habitants** (respect des règles de la presse)
- **2. Mise en place d'un catalogue**, présentant les produits proposés par les commerçants
- **3. Les coupons de réduction**, ou offres diverses qui peuvent être intégrés dans le catalogue ou par l'envoi de mail....
- **4. L'édition de prospectus** (boite à lettres, dans les lieux fréquentés... recrutement de personnes pour la distribution)
- **5. La radio outil efficace pour faire la publicité** de l'association (compte tenu des couts, faire un projet précis et voire avec une agence de communication)

## Organiser une campagne de presse :

- **1. Repérage :**
  - - des journaux, revues, magazines, qui visent le même public que l'association
  - - Création d'une base de données (nom du contact, les dates de parution, le nombre de tirages et les cibles de la diffusion)
- **2. Le dossier de presse :** Dès qu'une action est sur le feu, la commission communication doit rédiger **Le Dossier** (détails de toute l'opération, fonctionnement, les dates clés, contacts de la personne en charge au sein de l'association)
- **3. Le communiquer de presse** (commission com de l'association) : éléments qui apparaissent dans le journal
- **5. Les bulletins municipaux** (Bons outils pour diffuser l'information)

**N'oubliez pas de réaliser une revue de presse (collecte des articles de presse)**

### CONTACT CCI

Service Commerce  
[commerce@indre.cci.fr](mailto:commerce@indre.cci.fr)

Valérie MENAGE : 02 54 53 52 73  
Benjamin LOSANTOS : 02 54 53 52 70



[www.indre.cci.fr](http://www.indre.cci.fr)