

70

Conseils et réflexions pour
votre COMMUNICATION
ASSOCIATIVE...



70 Conseils et réflexions pour
votre COMMUNICATION
ASSOCIATIVE.

Pour déblayer le terrain.

Par Sébastien Ruche, acteur nomade du monde associatif.

<http://www.comm-asso.com>

RIEN N'EST FIGÉ

Le monde associatif est en mouvement permanent. Le web 2.0 perturbe les vieilles habitudes, le web 3.0 les perturbera encore plus. Le bénévolat change de visage, on ne s'implique plus de la même manière. Les financements publics diminuent et d'autres sources doivent être trouvées.

Mais le combat reste toujours le même. **Se faire connaître, se faire entendre. Exister pour transmettre.** Est-ce plus complexe qu'avant ? Peut-être. Ou peut-être est-ce simplement différent.

Restons optimistes. Ces nouveaux changements s'accompagnent de nouvelles opportunités. Encore faut-il les connaître. Encore faut-il s'en saisir. Encore faut-il comprendre le changement pour pouvoir s'y adapter.

UNE CARTE À JOUER

Si je ne suis convaincu que d'une chose, c'est que dans tout ce mouvement, **la communication est là pour vous aider**. Elle est de votre côté, votre alliée.

Trop d'associations l'abordent à reculons. Peut-être que certaines ont une fausse idée de ce que signifie communiquer. Peut-être que d'autres n'ont aucune idée de la façon de faire. Peut-être qu'elles ont besoin de déblayer le terrain avant de se lancer.

Toutes ont une carte à jouer. C'est également votre cas. Et il ne s'agit pas d'un trois de trèfle, mais bien d'un as. Un as de cœur, probablement.

J'ai écrit ces 70 conseils et réflexions sur la communication associative, pour vous permettre de déblayer le terrain.

NOTE

Ce guide regroupe de petites vérités et idées parfois évidentes mais à côté desquelles il est facile de passer. Et pourtant. Elles peuvent à elles seules **changer la donne**. Et vous garder motivés.

Elles ne vous transformeront pas en supers héros de la communication associative. Elles peuvent par contre vous fournir une cape pour le voyage.

Ce guide est en quelque sorte la pincée de sel qui accompagne le précédent guide de Comm Asso sur les [7 principes fondamentaux pour mettre les pieds dans le plat](#). Lisez tout, conservez ce qui vous semble bon et jetez le reste. Mais souvenez vous qu'en bout de course, **l'action vous appartient**.

Sébastien. (www.comm-asso.com)

SOMMAIRE

Sur la communication associative	P. 7
Être authentiques, êtres uniques	P. 12
L'importance des visuels et de l'image	P. 16
Se donner les moyens	P. 20
L'humain au centre	P. 25
Votre asso sur le web	P. 28
Évoluer	P. 34

SUR LA COMMUNICATION ASSOCIATIVE...

#1 La communication associative n'a rien à voir avec le marketing des grandes marques...

Commencez-donc par vous détendre. Vous êtes là pour instaurer un dialogue, pas pour faire du profit. Je vous promets que vous n'aurez pas de problèmes de conscience quand viendra l'heure de regarder par dessus votre épaule.

#2 L'efficacité de votre association est déterminée par **votre capacité à connecter les individus** autour d'une thématique ET entre eux. Cette connexion est votre responsabilité. L'axe principal où dépenser votre énergie.

#3 **La qualité de votre communication** influence directement sur l'efficacité de votre association.

#4 Vous vous demandez ce qui différencie la pub de la communication associative ? **La pub est un outil au service de la vente. La communication associative est une discipline au service du lien.**

#5 Vous vous demandez ce qui différencie la communication d'une entreprise et celle d'une association ? **Une entreprise communique à ses clients, dans le but de faire du profit. Une association communique avec ses membres, dans le but de créer du lien.** La différence est fondamentale.

#6 **Les entreprises n'ont pas le monopole des outils et techniques de communication.** Vous devez accepter qu'un certain nombre de ces outils et techniques puissent sans problème se retrouver dans la communication associative. Les entreprises utilisent des brochures. Vous utilisez des brochures. L'outil est le même, pourtant l'objectif et l'utilisation diffèrent.

#7 D'une manière générale, votre communication devrait être faite de **phrases courtes**. **Simplifiez au maximum** vos messages, vos accroches, votre présentation. Vous développerez dans un second temps, une fois le premier contact établi avec vos publics.

#8 **Sachez présenter votre association en une phrase**. Ce n'est pas forcément toujours très facile... Mais c'est nécessaire. Toujours.

#9 L'ensemble de la population ne sera jamais d'emblée sensible à votre cause. Mais une tranche le sera potentiellement. **C'est cette tranche qu'il vous faut trouver en priorité.**

#10 La tranche sensible à votre association est votre destinataire principal. Celui à qui vous allez en priorité communiquer vos messages. **Trouvez votre destinataire principal.**

#11 Votre destinataire principal vous ressemble.

#12 Pour parler à votre destinataire, vous devez savoir **où le trouver**. Physiquement ET sur internet.

#13 Votre communication n'a qu'une seule finalité : **établir des liens**. Je l'ai déjà dit ? Fort bien. A présent nous pouvons discuter.



ETRE AUTHENTIQUE
ETRE UNIQUE...

#14 **Votre association est unique et vous devez savoir pourquoi.** Si vous n'êtes pas capable de mettre en avant votre spécificité, vous risquez de rencontrer quelques troubles de la personnalité.

#15 **Trouvez votre slogan.** Inscrivez-le sur tous vos visuels. Si vous connaissez votre spécificité, vous arriverez facilement à l'élaborer.

#16 « *Association culturelle de la commune de Néfertiti les oies* » n'a jamais été, n'est pas et ne sera jamais un slogan. **Un slogan vous différencie. Pour de bon.**

#17 L'esprit du monde associatif est d'être convivial. Dire que votre association est conviviale **ne vous distingue pas des autres.**

#18 Ne décrivez pas votre association comme conviviale si vous n'êtes pas capable de **le montrer en images**.

#19 Le bouche à oreilles reste votre meilleur allié. **Il se développe lorsque vous êtes souriants, généreux et patients.**

#20 Il n'y a que **2 façons de se faire remarquer**. Faire quelque chose qui n'a jamais été fait, ou faire quelque chose qui a déjà été fait, **mais le faire différemment.**

#21 Votre créativité est votre meilleur atout. La créativité permet d'être différent.

La différence suscite la curiosité.

#22 **Pour être créatifs, vous devez être inspirés.** Trouvez des sources d'inspirations ! Dès aujourd'hui, développez un réflexe de curiosité. Lorsque vous croisez une affiche qui attire votre regard, demandez-vous pourquoi elle fonctionne sur vous. Observez comment communiquent les autres associations, et (surtout) les plus grosses œuvrant dans votre thématique.



LES VISUELS ET L'IMAGE...

#23 Un logo dépassé est associé à une asso dépassée. Prenez le temps de réaliser **un logo pro**. Il est le premier élément de **votre image**. Si vous n'avez pas les capacités en interne, faites appel à un prestataire.

Mais ne négligez surtout pas votre logo. Il doit être conçu pour durer.

#24 Vous voulez être identifiés ? **Harmonisez**. Vos visuels doivent être cohérents sur tous vos supports. Soyez un chef d'orchestre attentif. Évitez la cacophonie.

#25 **Avoir un bon message ne garanti en rien sa diffusion**. Penser qu'un bon message suffit pour être entendu est une erreur (trop) fréquente. Ne venez pas rallonger la liste.

#26 **L'emballage vaut autant que le message.** Si votre emballage ne suscite pas l'attention de votre destinataire, votre message aura plus de difficultés à être entendu. C'est une règle sociale établie avec laquelle vous devez composer. L'emballage sert le message. Il est la porte d'entrée. Chaque jour, nous sommes sollicités par des dizaines de portes d'entrées. Réfléchissez. Lesquelles poussez-vous ?

#27 Nous ne sommes pas tous sensibles aux mêmes emballages. **Trouvez la sensibilité** de votre destinataire principal.

#28 La matière première des visuels est constituée de photos, dessins, vidéos, polices de caractères. De multiples outils peuvent vous aider à **optimiser ces matières premières**. Besoin de traiter une photo ? Hop, direction [Pixlr](#). Il y a toujours des solutions pour personnaliser l'existant.

#29 A chaque fois que cela est possible,
montrez avant d'expliquer.



SE DONNER LES MOYENS...

#30 OK, vous n'avez peut-être pas le budget de Greenpeace pour votre communication. Mais la première question à vous poser ne concerne pas vos moyens financiers. La première question à vous poser est : **avez-vous une réelle volonté d'améliorer votre communication ?**

#31 Si vous n'avez pas la volonté de mieux communiquer, votre situation ne changera pas. Et **vous ne pourrez communiquer en externe qu'en ayant une bonne communication interne.** Commencez par améliorer cette dernière.

#32 Si vous avez une réelle volonté de communiquer, **créez une équipe** dédiée à cette tâche.

#33 **Ne vous trompez pas.** La première chose à dégager pour votre communication n'est pas du budget. **La première chose à dégager est du temps.**

#34 La plupart des succès de communication associative ne viennent pas des sommes engagées. Le secret de leur réussite tient en un seul mot : **créativité.**

#35 **Ne vous plaignez jamais.** Ceux qui se battent vaillamment en dépit des difficultés éveillent plus d'intérêt que ceux qui nous expliquent avec tristesse qu'ils ne pourront pas gagner.

#36 Envie d'améliorer votre communication ? 2 routes sont possibles. Celle de ceux qui trouvent **des excuses** et celle de ceux qui trouvent **des raisons**. Laquelle suivrez-vous ?

#37 Avant de blâmer les personnes qui ne soutiennent pas votre structure, demandez-vous **pourquoi elles vous soutiendraient**.

#38 Lorsque vous avez besoin du soutien de vos publics, ne demandez pas de l'aide. **Demandez des participants à une grande aventure.**

#39 **Communication rime avec organisation.** Et organisation rime avec cohérence. Si.

#40 Les bonnes idées sont comme les bananes. Trop mûres, elles ne sont plus bonnes. **Apprenez à agir vite**, à mettre rapidement une bonne idée à exécution plutôt que de perdre des lustres à l'analyser.

#41 Une bonne idée se reconnaît généralement au besoin immédiat que l'on ressent à la mettre en pratique.



L'HUMAIN AU CENTRE...

#42 Pour qu'un arbre pousse et s'épanouisse, il faut une bonne terre. **L'arbre, c'est votre asso. La terre, ce sont vos bénévoles.**

#43 Prenez soin de vos bénévoles. **Ils sont vos meilleurs ambassadeurs.** Remerciez-les, valorisez-les. Un bénévole épanoui parle de votre association. Un bénévole désabusé en parle également.

#44 **Cultivez votre relation** avec vos publics actuels, vos bénévoles actuels, vos partenaires actuels. Ils sont plus importants que tous les livres sur la communication réunis.

#45 N'oubliez jamais qu'avant Internet, avant une plaquette, une affiche, un flash-mob, une vidéo, **il y a l'humain.**

#46 L'humain est votre meilleur « outil » de **communication**.

#47 Cultivez votre réseau. Ne le laissez jamais à l'abandon. Elargissez-le. Autant que possible, **adressez-vous aux individus plutôt qu'à la masse qui le compose**.

#48 Tissez votre toile de relations sur le terrain autant que sur le web. Mettez en place cette **double connexion**. Je rencontre de temps en temps *Monsieur* « X », mais être en lien avec lui via Twitter et LinkedIn me permet de poursuivre ce partenariat en ligne.



VOTRE ASSO ET LE WEB...

#49 Établir des relations sur **le web n'a rien de virtuel.** Voyez cela comme une étape pouvant mener à une rencontre physique. Si je visite votre site web, l'idée est que vous me donniez envie de visiter vos locaux... Non ?

#50 Vous utilisez les réseaux sociaux pour communiquer ? Super. Mais n'oubliez pas que toute votre communication sur le web doit diriger à **un seul endroit final : votre site internet.**

#51 Vous êtes libres de **refuser d'utiliser les réseaux sociaux** dans le cadre de votre communication.

Totalement libres.

Mais soyez conscient qu'**en 2013, plus de 63 % des internautes français utilisaient AU MOINS 1 réseau social.** Et 93 % d'entre eux utilisaient Facebook... (Chiffres issus de l'étude annuelle réalisée par l'atelier médias sociaux du SNCD).

#52 Une page Facebook **est un outil**, pas une stratégie. Si vous ne savez pas qu'un marteau sert à planter des clous, vous risquez de démolir au lieu de construire.

#53 **Ne lancez pas votre association sur un réseau social si vous n'avez pas de temps à y consacrer.** Exister sans être présent ne vous apportera rien. Ne faites pas la promo d'une coquille vide.

#54 Une fois votre présence web mise en place, **tenez la cadence.** Instaurez une routine de création et relais de contenus.

#55 Soignez votre site web. **Placez-y un maximum de visuels.** Photos, vidéos, ne lésinez pas. Montrez avant d'expliquer, encore et toujours.

#56 Réfléchissez à 2 fois avant de placer des gifs animés sur votre site web. Ils ne peuvent pas être simplement décoratifs. Ils doivent **apporter une valeur ajoutée.**

#57 Supprimez les musiques qui se mettent **en route automatiquement**, sur votre site web. Définitivement. Laissez l'internaute libre de choisir de presser la touche « Play ».

#58 Si votre site Internet ne permet pas de s'inscrire à une newsletter, il est probable que je ne revienne jamais le visiter. **Mettez en place une newsletter.**

#59 **N'inscrivez jamais quelqu'un à votre newsletter.** Ne transformez pas votre association en spammeur. Je répète. N'inscrivez jamais quelqu'un à votre newsletter. Au fait, vous ai-je signalé qu'il ne fallait jamais inscrire quelqu'un à votre newsletter ?

#60 Laissez aux gens la liberté de choisir s'ils désirent s'inscrire à votre newsletter.

Mais dites-leur pourquoi ils devraient le faire.

#61 N'utilisez pas forcément tous les outils web à votre portée, **mais tâchez de connaître leur existence.** Le jour où vous aurez besoin de créer une vidéo avec des liens cliquables, vous saurez que vous pouvez le faire grâce à [Mozilla Popcorn Maker](#). Par exemple.

#62 Intéressez-vous dès aujourd'hui à [la vidéo](#). C'est le format **le plus partagé sur le web**.



EVOLUER...

#63 Vous devez vous **renouveler**. La nouveauté ravive l'attention. Gardez ce qui fonctionne, mais refaites-le différemment.

#64 Vous allez rencontrer quelques succès. Quelques échecs. Il y aura du mouvement dans vos instances, des gens vont arriver, d'autres vont partir. **Aidez votre association à se souvenir. Notez tout** pour que sa communication ne redémarre jamais à zéro.

#65 Ne soyez pas laxistes. **Justifier tous vos choix** est le meilleur moyen de ne pas perdre de temps avec les personnes qui s'opposent systématiquement aux nouvelles propositions.

#66 **Communication rime avec évaluation.** Évaluez le succès de vos actions dès que possible. Faites-le lorsque c'est frais. Si non, vous allez oublier. Et vous referez les mêmes erreurs.

#67 Vous ne pouvez pas
communiquer **sans faire**
d'erreurs.

C'est la raison pour laquelle
vous ne pouvez que vous
améliorer.

#68 **Ne sacralisez rien.**

Ce n'est pas parce que le site
web de votre association a été
fait il y a cinq ans par le fils du
président, que vous ne pouvez
pas y toucher.

Autorisez-vous à admettre que
ce qui était formidable il y a
quelques années dans un
contexte, **doit évoluer dans un**
autre.

Il y va de l'amélioration de votre
communication.

#69

Connaissez les ressources en sommeil dans votre association. Quelqu'un s'y connaît en montage vidéo ? Quelqu'un sait dessiner ? Quelqu'un est un passionné de photographie ? Quelqu'un est un bon orateur ? Sachez solliciter occasionnellement les compétences de vos membres. **Elles vous permettront de faire la différence lorsque c'est nécessaire.**



Notez les 5 conseils de ce mini-guide qui retiennent le plus votre attention.

Affichez-les.
Appliquez-les à fond.

Et considérez que c'est un excellent début...

ALLER + LOIN ?

LE SITE WEB : www.comm-asso.com

Comm Asso est un site de **ressources et formations** pour les **associations**. Sa vocation est de **vous aider à mieux communiquer... Pour mieux vous faire entendre.**

Faites briller votre asso !

LA PAGE FACEBOOK : [facebook.com/commasso](https://www.facebook.com/commasso)

PLUS de liens, de partage et d'astuces sur la comm des assos. Et un espace pour se retrouver tous ensemble. Il ne manque plus que vous !

CONSEILS D'EXPERTS : <http://bit.ly/1dWQbwB>

8 experts vous filent des pistes... Sur le site de Comm Asso;)

A propos de l'auteur



Je m'appelle Sébastien. J'aide les associations à mieux communiquer. Je m'intéresse particulièrement à la stratégie web et ses différents outils. Je suis un acteur nomade du monde associatif.

+ d'infos ? L'histoire de **Comm Asso** se trouve juste derrière l'étoile ! Cliquez...



Ce guide est la propriété de Sébastien Ruche, créateur du Blog « Comm-Asso » et vous est distribué gratuitement.

Vous êtes libre de le distribuer à votre tour, de le partager sur Facebook, Twitter ou tout autre réseau de votre choix. N'hésitez pas !

Par contre, vous ne pouvez pas le vendre (quelle idée !), ni le modifier ou encore vous en approprier la paternité. Et puis, il serait apprécié de créditer l'auteur et de faire un lien vers Comm asso, lors de votre utilisation.

Merci !