



# PANA

Point d'Appui au Numérique Associatif

## **FICHE PRATIQUE #1**

# **Communiquer sur internet**

# Thématiques abordées et objectifs pédagogiques

Dans cette fiche pratique vous trouverez :

- ✓ Des indications sur la mise en place d'une stratégie de communication sur internet
- ✓ Des bonnes pratiques pour créer un site, utiliser les réseaux sociaux ou envoyer des mailings
- ✓ Des outils numériques recommandés par des PANA.

Cet outil a été conçu pour que vous puissiez :

- ✓ L'utiliser comme une trame d'un atelier organisé
- ✓ L'envoyer directement par mail à une association ayant besoin de ressources sur ce sujet.



# 1. Contexte

# Les associations et le numérique

**37%**

des associations envoient une newsletter à leurs adhérents

**62%**

des associations ont un compte sur un réseau social (Facebook, Twitter, Instagram)

**73%**

des associations disposent d'un site internet propre

**25%**

des associations ont un blog propre à leur asso

[Enquête Recherches & Solidarité 2016](#)

# Communiquer sur internet

**88%**

des Français utilisent  
internet

**60%**

des Français utilisent  
les réseaux sociaux  
au moins une  
fois/mois

**39%**

Des e-mailing  
envoyés par des  
associations sont  
ouverts par les  
abonnés

**4h40**

le temps moyen  
passé chaque jour sur  
Internet

<https://www.blogdumoderateur.com/emailing-benchmark-2017/>

<https://www.blogdumoderateur.com/etat-lieux-2018-internet-reseaux-sociaux/>

# Les outils de base pour communiquer sur internet

Sans être exhaustif, nous nous attarderons sur ces trois principaux outils dans la suite de cette fiche pratique

## LE SITE INTERNET

Pour présenter les activités, les nouveautés, les actualités, les coordonnées pour vous contacter...

## LES RÉSEAUX SOCIAUX

Pour mobiliser une communauté, interagir en temps réel, créer du lien et de la proximité, attirer de nouveaux publics

## LES E-MAILING

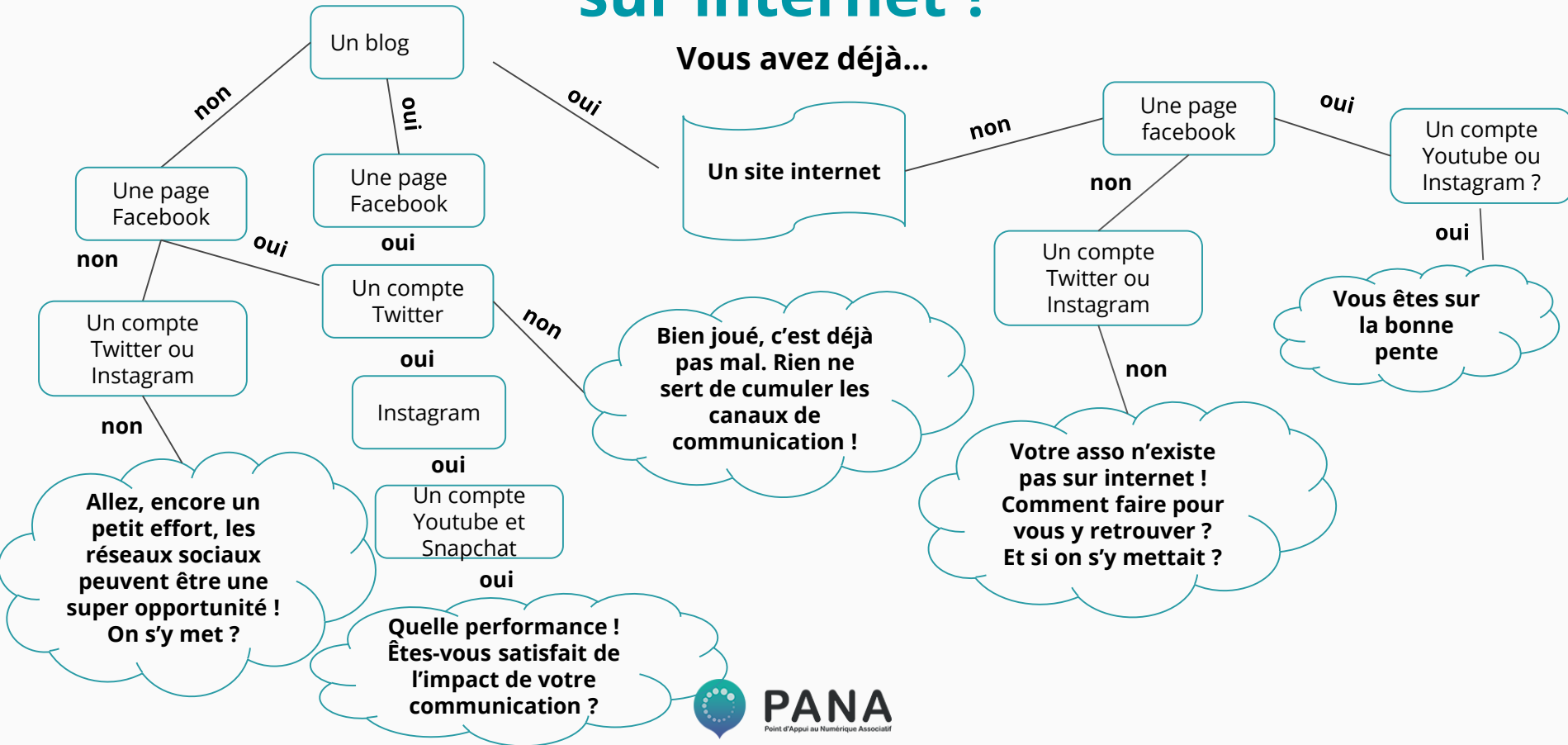
Pour tenir informés ses adhérents, leurs écrire des "mots doux", leurs envoyer des documents, et ne pas vous faire oublier



## 2. Diagnostic

# Où en êtes-vous dans la présence de l'association sur internet ?

Vous avez déjà...





# Etat des lieux des besoins et ressources

Avant d'entrer dans le concret, quelques questions préalables s'imposent pour déterminer les besoins et les ressources de l'association. En fonction de vos réponses, les outils à mettre en place ne seront pas forcément les mêmes et vous pourrez établir un ordre de priorité dans la mise en place de nouveaux canaux de communication.



## Quels sont les objectifs de communication aujourd'hui ?

*Communiquer sur un événement annuel ? Recruter des bénévoles ? Récolter des fonds ?*



## Quel est le public ?

*Adhérents uniquement, futurs adhérents/donateurs/membres de l'association (parents du clubs, professionnels, retraités, jeunes ..) ?*



## L'impact de la communication sur le web est-il satisfaisant ?

*Le site reflète-t-il l'activité de l'association ? Y a t-il les éléments essentiels ? Y a-t-il de belles interactions avec la communauté sur les réseaux sociaux ?*



## Quelles sont les ressources humaines et budgétaire dédiées à la communication de l'association ?

*Combien de bénévoles peuvent donner de leur temps régulièrement ? Quel budget à débloquer ?*

# 3. La mise en pratique

Créer un site internet

Se lancer sur les réseaux sociaux

Envoyer des e-mailings

# CREER UN SITE INTERNET



# Avant toute chose...



## La règle d'or d'un site réussi !

Miser sur un **site simple mais lisible** avec toutes les informations essentielles et qui peuvent être mise à jour aisément par les membres de l'association.



## Bien penser le contenu !

Privilégier une **mise en page sobre**, sans trop d'effet visuel pour éviter de perdre les lecteurs.

Penser photo : 1 photo valant mille mots, ne pas hésiter à mettre les dernières images des troupes en action par exemple.



# Bien se préparer



Constituer **une petite équipe solide** de bénévoles qui suivra l'élaboration du site internet et/ou la mise à jour du contenu.



**Anticiper le budget en conséquence** : de quelques euros pour un nom de plateforme à plusieurs centaines d'euros si appel à un prestataire.



Pour se lancer dans la création d'un site plus complexe, proposer **un cahier des charges détaillé** (fonctionnalités, contraintes, charte graphique, etc) aux prestataires et demander plusieurs devis.



# Quelles informations y trouver ?



## L'identité de l'association

**Que faites-elle ?** Le coeur d'activité, les actions récurrentes, les événements ..

**Qui est-elle ?** Le bureau, les bénévoles, les membres

**Où est-elle ?** Quelles sont les permanences, les événements ?

## Vos contacts



## Les moyens de la rejoindre

Tout internaute doit rapidement savoir comment adhérer, être bénévole, s'inscrire aux activités que l'association propose.

- ✓ Un formulaire ou un contact pour devenir bénévole
- ✓ Un bulletin d'adhésion en ligne directement sur le site

## Les mentions légales





# S'outiller

Quelques outils recommandés par les PANA, pour créer un site internet simple pour les associations, pour leur simplicité, leur option gratuite, la possibilité d'utiliser des templates déjà pré-définis.



Google Sites



Joomla!

WIX.com



WORDPRESS

**L'hébergement du site peut être proposé par certains logiciels. Vous pouvez également :**

- ✓ utiliser les services d'OVH (premier hébergeur français)
- ✓ opter pour une formule libre, vous trouverez ici une liste d'[hébergeurs libres](#)

**BONUS !** Pour travailler sur une maquette de site en amont, vous pouvez notamment utiliser [Moqups](#).

# COMMUNIQUER SUR LES RESEAUX SOCIAUX





# Se préparer

Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, YouTube, etc... Pour bien communiquer, la première question à se poser est : quel réseau social utiliser pour son association ? Choisissez en fonction :



**du public** : le réseau social le plus utilisé est aujourd'hui Facebook mais, si vous souhaitez toucher des partenaires, Twitter peut être une bonne option. Si le public est jeune, testez Instagram !



**du temps disponible à y accorder** : n'ouvrez pas une page sur Facebook, un compte Twitter et une chaîne YouTube si vous n'avez pas le temps de les animer.



**des objectifs de communication** : vous souhaitez trouver de nouveaux prospects, lancez-vous sur Twitter. Communiquer sur votre prochain événement, optez pour Facebook !



**du contenu à y diffuser** : pour poster du contenu uniquement visuel, pourquoi ne pas se lancer sur Instagram ? Facebook sera en revanche plus adapté pour les contenus rédigés et les liens.



# Les 4 commandements de l'animation de réseau au quotidien



**Visuels, vous penserez** : images, gif, photos, vidéos, privilégiez le contenu visuel au grands textes.



**Les contenus, vous varierez** : actualité de l'association, portraits de bénévoles, articles de presse en lien avec les actions, variez les contenu tout en respectant une ligne éditoriale, fixée au préalable.



**Régulièrement, vous publierez** : c'est le maître mot de toute bonne page sur les réseaux sociaux, essayez de publier au moins 2 fois par semaine.



**Harmonisé, le contenu sera** : veillez à toujours utiliser le même ton sur votre page. Choisissez par exemple si vous vouvoyez ou tutoyez, si vous optez pour un ton formel ou avec une pointe d'humour, etc.



# Organiser les publications



## Comment organiser la publication des contenus ?

- ✓ Désigner une personne ou une petite équipe de bénévoles qui va gérer cette page.
- ✓ Pour gagner du temps ? Programmer les publications directement sur Facebook ou avec des outils de programmation.



## Qui se chargera d'animer les réseaux sociaux de l'association ?

- Si cela se fait à plusieurs, la rédaction et le partage d'un document récapitulatif des points suivants permettra d'assurer l'harmonisation des contenus :
- ✓ le ton adopté
  - ✓ la forme utilisée (emoji, signes particuliers)
  - ✓ quelques règles de contenu à respecter
  - ✓ une publication ou un mailing exemple



# Augmenter l'efficacité des publications



## Trop peu d'abonnés ?

- ✓ Envoyer un mail à toute la communauté pour parler du compte ouvert ou présent sur un réseau social et proposer de vous suivre
- ✓ S'abonner aux comptes des partenaires, associations, amies, collectivités territoriales, etc.



## Les posts sont peu visibles ?

- ✓ Mentionner les personnes dans vos publications
- ✓ Inciter au partage par les bénévoles pour mieux diffuser l'information
- ✓ Tester des contenus différents, poster à des horaires différentes.



# S'outiller

Des outils pour créer des visuels pour les réseaux sociaux, recommandés notamment par la communauté PANA



*Très simple d'utilisation,  
templates pré-conçus,  
option gratuite.*



*Plus complexe d'utilisation, la Photoshop, InDesign et leur version libre et gratuite, Gimp, permettent de créer des visuels et de retoucher des illustrations.*

Des outils recommandés pour programmer et organiser ses publications :



*Ces sites proposent des formules gratuites et permettent de centraliser et d'organiser sur une même plateforme plusieurs comptes de réseaux sociaux.*

# COMMUNIQUER PAR E-MAIL



# Se préparer

Les e-mails. Nos boîtes aux lettres en sont certes remplis, mais ils permettent de diffuser des informations de manière plus complète.

## On distingue 2 types d' e-mails pour vos associations



**les e-mails d'informations** : ils sont envoyés de manière régulière à vos bénévoles, aux adhérents, aux bénéficiaires pour diffuser les actualités de l'association. C'est la célèbre newsletter.



**les e-mails ponctuels** : liés à un événement, ces e-mailings sont envoyés de manière exceptionnelle pour faire la promotion d'un événement, annoncer une nouveauté, diffuser une campagne de don, etc...

Les e-mails permettent d'inclure des visuels, plusieurs articles et informations dans un seul support et de créer un lien régulier avec la communauté. C'est pourquoi, c'est un canal de communication à ne pas négliger !



# Les 4 commandements d'un e-mail réussi



**Le spam, vous éviterez :** tenez un planning de mailings afin de ne pas envoyer une quantité trop importante de mails. En règle général, essayez d'éviter de dépasser l'envoi de 2 e-mails/mois.



**Vos e-mails, vous personnaliserez :** envoyer la bonne information à la bonne personne est l'assurance d'un e-mail efficace. Plongez-vous dans les méandres de votre base de données et n'hésitez pas à envoyer des e-mailings différents (ton différent, informations différentes) en fonction de vos publics (bénéficiaire, bénévole, adhérents).



**Pour la simplicité, vous opterez :** clair, concis et net, voici les 3 qualités d'un bon e-mail. Ne surchargez pas d'images, ils passeront directement dans la catégorie spam !



**Les statistiques, vous suivrez :** le taux d'ouverture (le nombre de personnes qui ont ouvert l'e-mail) et le taux de clics (le nombre de personnes qui ont cliqué sur les liens dans votre e-mail) vous permettront de constater de l'efficacité de vos mails et, si besoin : d'adapter l'heure d'envoi, d'améliorer l'objet pour le rendre plus attractif, d'envoyer du contenu plus adapté.





# S'outiller

## Utiliser un logiciel classique d'envoi de mail pour envoyer des e-mails :

- ✓ simples, avec peu de liens et sans mise en page spécifique
- ✓ personnalisés à vos partenaires et prospects
- ✓ de relance personnalisés

## Utiliser un logiciel d'envoi d'e-mail pour :

- ✓ envoyer des e-mails à plus de 30 personnes
- ✓ réaliser une mise en page soignée, correspondant à votre charte graphique
- ✓ diffuser une lettre d'information avec plusieurs actualités et contenus

## La communauté PANA recommande notamment l'utilisation de ces outils :



*Formule gratuite et facilité  
d'utilisation (uniquement en anglais)*



*Formule gratuite, données plus  
protégées (serveurs en Europe)*





# 4. Conclusion !

# Les derniers conseils pour se lancer dès maintenant !

- ✓ **Réaliser un plan de communication** pour organiser les différents outils web dont vous disposez pour communiquer. Il permettra de définir le public ciblé par chaque outil, les objectifs et les contenus à y diffuser.
- ✓ **Coordonner le contenu sur les différents outils pour mener une campagne de communication efficace !** Par exemple, pour organiser un événement : envoyez un e-mailing avec un lien vers un formulaire d'inscription et vers un article sur le site qui contient le programme. Diffusez les coulisses de l'événement et des préparatifs sur votre page Facebook.
- ✓ **Réinterroger régulièrement votre stratégie** et tester des contenus différents pour voir ce qui fonctionne le mieux car les pratiques sur internet changent régulièrement !

# Quelques ressources pour finir

## Quelques sites pour se tenir informé des actualités des réseaux sociaux



[Le blog du modérateur](#)



[Le journal du CM](#)

## Quelques ressources sur internet :



Le [Blog HelloAsso](#)



Guide pratique, [booster la communication de son association](#), Animafac



Guide pratique, [Guide pratique des associations - chapitre communication](#), CRVA - FOL44

# Cette fiche pratique a été réalisé avec par HelloAsso pour la communauté des PANA

Contactez les coordinations territoriales

 **Grand-Ouest**

Laura Micheneau  
[laura@helloasso.org](mailto:laura@helloasso.org)

 **Nord**

Olivia Lilette  
[olivia@helloasso.org](mailto:olivia@helloasso.org)

 **Centre-Est**

Alexandra Merceron  
[alexandra@helloasso.org](mailto:alexandra@helloasso.org)

 **Sud-Ouest**

Charlie Tronche  
[charlie@helloasso.org](mailto:charlie@helloasso.org)