

## Travail et transitionS

Siège : 4 rue des Arpentis - 91 430 Vauhalan  
Secrétariat : 1 rue de l'Avenir - 31 800 Saint-Gaudens  
N°OF : 119 109 027 91



0782887479

contact@travail-transitions.fr

## Programme de formation

Communiquer et mobiliser autour d'un projet bio solidaire

### But de la formation

Développer et mettre en place une campagne de communication sur le web

### Compétences visées

1. Évaluer ses outils actuels de communication
2. Découvrir de nouveaux outils
3. Sélectionner les moyens les plus pertinents pour faire connaître ses activités
4. Mettre en œuvre une campagne de sensibilisation nationale en mobilisant les outils print et web

### Pré-requis

Avoir fait le point avec sa direction sur la stratégie de sa structure et les objectifs de communication (acquisition de notoriété, changement d'image, transformation d'une notoriété en action – vente de paniers, implication de partenaires, ...).

### Liste des référents

Référent administratif : contact@travail-transitions.fr

Référent pédagogique : Se référer au site web

Référent handicap : contact@travail-transitions.fr

### Type de public

Chargé-e-s de communication, de commercialisation, de développement, animateur-trice-s de réseau d'adhérents

---

## Méthodes pédagogiques

### En amont de la formation :

Questionnaire de présentation et recueil des attentes. Quelles sont les actions déjà mises en place, les outils utilisés au sein du groupe et les questions que chacun se pose.

### > Le jour J

Les apports théoriques et méthodologiques sont rythmés par un temps de pédagogie active pour stimuler l'appropriation des concepts et la créativité des participant-e-s. Les participant-e-s seront invité-e-s à utiliser les outils présentés dans le cadre de cas pratiques (cas qui pourront être identifiés en amont par la structure).

**Il est recommandé aux participant-e-s de se munir de quelques supports de communication.**

---

## Durée

12 heures (2 jours).

---

## Programme

- **L'inscription dans une stratégie** : articulation entre stratégie de communication et stratégie globale. Traduction du projet associatif en feuille de route de communication. Utiliser une méthodologie simple en 4 étapes pour réaliser le plan de communication de sa structure.
- **Le budget** : combien et pourquoi ? Apports théoriques et discussions.
- **L'identité visuelle** : qu'est-ce que c'est ? De quoi est-elle composée et comment la faire évoluer. Etude de logos existants au sein du groupe et exemples. Pistes d'évolution possibles
- **Outils imprimés** (panneaux, banderoles, affiches, dépliants, ...) : apports sur les couleurs, la typo, la charge de texte, le choix des informations. Comment définir le message essentiel d'un support ? Etude des messages existants au sein du groupe et d'exemples. Modalités de mise en œuvre, avantages et inconvénients. Présentation des fondamentaux (comment faire) et évaluation des supports réalisés par les participants.
- **Outils du web** (sites internet, emailings, réseaux sociaux, référencement...) : les fondamentaux. Anticiper et concevoir ses communications sur le web. Analyser les statistiques de sa page et utiliser les outils de marketing digital pour augmenter sa notoriété et drainer du trafic sur son jardin.

**Accessible aux personnes en situation d'handicap : oui**