



# CONSEILS POUR BIEN COMMUNIQUER

## La clé pour une communication réussie : une stratégie bien définie en amont !

### ÉTAPE 1 : Définir vos objectifs

Pour construire votre communication sur de bonnes bases, il est essentiel d'avoir un objectif clair : un seul peut-être suffisant. Par exemple : faire connaître les fondamentaux du commerce équitable, donner envie de s'engager au sein d'une association, consommer plus équitable.

### ÉTAPE 2 : Définir vos cibles et leurs attentes

**Les cibles finales** : A qui s'adresse votre événement ? Qui souhaitez-vous atteindre via la promotion de celui-ci ? Pour une communication efficace, il est important de **préciser vos cibles**. Par exemple, la cible "grand public" est trop floue et demande à être affinée au risque de n'atteindre personne.

Ensuite, **réfléchissez à leurs attentes** : pourquoi participeraient-elles (ou pas) à mon événement ? Mettez-vous à la place de votre public cible et **listez leurs freins et motivations** : "Si j'étais...., je viendrais car.... / Je ne viendrais pas car...." Une étape essentielle pour construire une communication cohérente !

**Les relais de communication** : pour toucher vos cibles, pensez aux personnes/organisations qui les connaissent, qui sont en contact avec elles et sur lesquelles vous allez vous appuyer pour diffuser votre communication (associations, maisons de quartiers, centre de loisirs, maison des jeunes, commerces, etc)



### ÉTAPE 3 :

## Construire votre message

Votre message clé, c'est ce que vous voulez que vos cibles comprennent à travers votre communication. Pour bien définir ce message, il est important de **prendre en compte les attentes** des cibles préalablement définies.

### Résumé : la recette gagnante pour construire son message

**1/3**  
**Valorisation des informations événementielles essentielles**  
(date, horaires, lieu de votre action)



**1/3**  
**Valorisation de ce que vous proposez à votre cible** (thème de votre événement et promesse) :  
Venez découvrir/débattre... dans une ambiance conviviale... Découvrez le témoignage de... Venez déguster des produits gourmands et durables...

**1/3**  
**Inciter à l'action**  
pour favoriser l'engagement :  
rejoignez-nous sur ...Inscrivez-vous sur...Rendez-vous sur....

### ÉTAPE 4 :

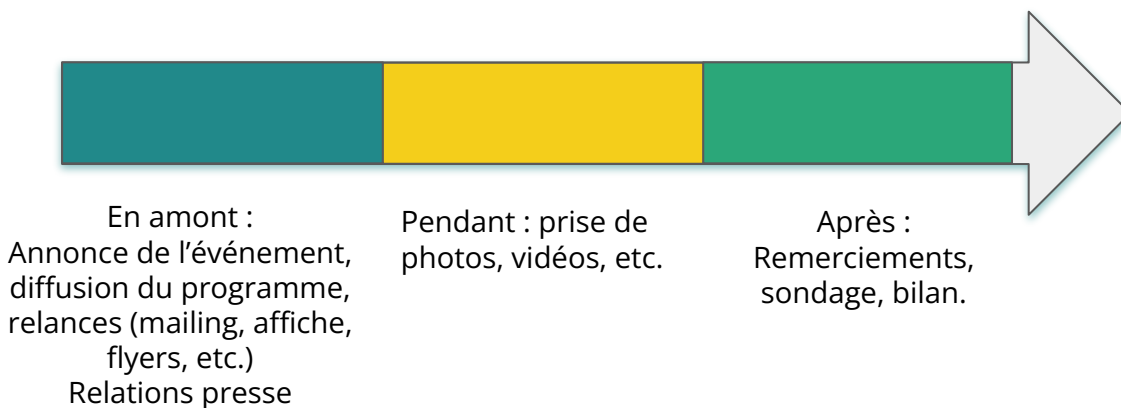
## Définir vos moyens

Afin de construire une communication à la hauteur des moyens dont vous disposez, réfléchissez à vos **moyens humains et financiers** (pour imprimer des supports, les afficher ou les distribuer dans différents points de contacts, nouer des partenariats, organiser la diffusion sur les réseaux sociaux etc.). Si nos budgets sont souvent limités, les idées sont infinies !



### Une fois toutes ces étapes passées : construisez votre plan de communication !

Au-delà de la créativité, l'anticipation est clé pour assurer une bonne diffusion qui saura atteindre vos cibles ! Pour cela, **passer à l'étape du rétroplanning**. Ce calendrier doit permettre d'avoir une vue d'ensemble de votre communication et de prendre en compte **plusieurs étapes clés** :



### Dernière ligne droite : créez vos supports de communication !

A la fin de toutes ces étapes, et seulement maintenant, vous pouvez **commencer à créer vos supports** ! En les créant gardez en tête que :

- **Une communication efficace est une communication simple et concise** : ne noyez pas votre message clé dans une masse d'infos superflues. N'oubliez pas néanmoins les **informations essentielles** : Quoi ? Quand ? Où ? Pour qui ? Par qui ?
- Donner du poids à la campagne nationale en utilisant la charte graphique de la Quinzaine du commerce équitable.



### **Pour plus de visibilité : communiquer dans les médias locaux**



Pour gagner en crédibilité et en visibilité les **médias locaux** (presse, radio TV locale, médias des collectivités) sont des alliés non négligeables !

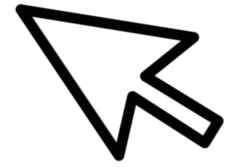
Vous pouvez **rédiger un communiqué** de presse pour annoncer et présenter votre événement, que vous enverrez aux médias locaux.

Idéalement le communiqué de presse doit tenir sur **une page recto** dans laquelle nous retrouvons :

- La date de publication et le nom de l'organisateur
- Un titre qui résume en une phrase votre événement
- Un chapeau, soit 2/3 lignes d'accroche qui doivent retenir l'attention du journaliste
- Le corps de votre communiqué répondant aux questions Qui? Quoi? Quand? Où? Pourquoi? Comment?
- Des infos pratiques (contacts, sites internet, « plus d'informations au ... ») à mettre en fin de page
- Un visuel illustrant votre événement

**Envoyez ce communiqué à la presse** quotidienne régionale (PQR), au site [www.infocale.fr](http://www.infocale.fr), aux radios locales, et au service Communication de votre commune qui se fera sûrement un plaisir de rédiger un article dans le journal municipal.

**N'oubliez pas de prendre des photos lors de votre événement pour en fournir aux journalistes désireux de rédiger un article en aval de celui-ci.**



## Communiquer sur le web et les réseaux sociaux

- **J'utilise le kit communication** pour obtenir les visuels à relayer de la campagne nationale : <https://bit.ly/3uCaCrE>.
- Je pense à **utiliser les hashtags #CommerceEquitable** quand je publie du contenu en relation avec la Quinzaine (plus ces contenus seront utilisés, diffusés et partagés, plus ils permettront d'augmenter l'impact de la campagne).
- **Je poste des contenus informatifs sur vos événements :** descriptif, photos, vidéos.... Nous les partagerons sur les réseaux sociaux également pour faire vibrer la Quinzaine (par exemple, vos gros événements, ou les vidéos d'un producteurs ou d'une conférence).
- **Je poste à propos de mon événement** et je pense à taguer les personnes et/ou les structures sur les photos. N'hésitez pas à contacter Commerce Équitable France pour que votre événement soit relayé au sein du collectif s'il s'agit d'un événement important.
- **Je relooke mes moyens de communication** (signature mail, bannières de pages réseaux sociaux...) selon l'identité graphique de la Quinzaine 2020 (Rubrique Outils de [www.quinzaine-commerce-equitable.org](http://www.quinzaine-commerce-equitable.org))
- **Je n'hésite pas à créer mes propres outils** (avec le logo de la Quinzaine afin d'être rattaché à la campagne nationale !)
- **Je parle de la Quinzaine sur le web :**
  - > Je publie une actu sur mon site internet
  - > Je mentionne le temps fort dans mes newsletters