

e sport comme **passion**, votre événement est l'**aboutissement** d'innombrables. heures de réunions, repérages, débats et consensus, négociations et victoires. Bravo ! Votre événement est lancé ! A présent c'est une autre aventure qui vous attend pour **pérenniser** et **faire progresser** votre manifestation sportive : la **COMMUNICATION.**

coût **€** TEMPS DE RÉALISATION COMPÉTENCE (5) NÉCESSAIRE

Légende

FCMAX vous propose dans ce guide une séance d'initiation aux techniques de communication événementielle. SUIVEZ LE COACH!

ETAPE 1 - faites CONNAITRE l'événement





Le basique mais efficace calendrier en ligne ou papier des épreuves dans la région / en France. Diffusez l'information là où les potentiels participants la chercheront.

Calendriers officiels des fédérations Calendriers spécialisés du sport concerné (ex. www.calendrier.dusportif.fr) Médias (Vélo Tout Terrain, Jogging International...)







RAPIDE RÉALISABLE PAR TOUS

Créez une identité.

Envisagez votre événement comme une marque dès ses débuts. L'identité constituera le **point d'ancrage** de l'événement ; elle est **re**connue par vos cibles et déclinée sur vos supports de communication.





Un symbole, un lieu, une référence historique, un animal ... Le Mont Blanc - UTMB, Chamonix (8 000 participants) «Trail Origin» - Festival des templiers, Millau (12 000 participants)











🔀 RÉALISABLE PAR TOUS

L'incontournable Affiche.

Premier vecteur de communication, c'est LE support indispensable qu'il faut soigner. !! Respectez votre identité dans la création de l'affiche !! Montrez ce qui démarque votre événement de ses concurrents. Veillez à ce qu'on retouve sur l'affiche les éléments essentiels :

> Nom de l'évènement **← · · · · · · L**es partenaires (OPTION) — ·····➤ Les courses et animations Comment et où s'inscrire secondaires (OPTION)



votre vidéo de présentation (teaser) de l'évènement sur Facebook et Instagram. Cela permet d'atteindre une cible locale, intérêt sportif, budget limité.





COÛT MODÉRÉ







GRAPHISTE



.



Astuce 1

Menez une enquête de satisfaction pour évaluer les forces et faiblesses de l'événement. Constructive pour l'organisation, elle permet aussi d'évaluer les retombées de l'évènement et intéressera vos partenaires!



Créez et soignez le site Internet de l'événement.

Vitrine de votre manifestation, il sera le premier réflexe des participants à la recherche d'informations. Il est donc important pour l'événement qu'on le retrouve facilement sur Internet (référencement) et que les informations publiées soient à jour !

Suite logique de votre plan de communication, le site Internet est aux couleurs de l'événement. On y retrouve l'identité, l'affiche et les informations importantes.



€ € COÛT VARIABLE (de 750€ à + 5000€)





Communiquez régulièrement avec vos participants.

Acquis ou à séduire, il est essentiel de ne jamais cesser de communiquer pour exister auprès de votre cible. Des outils simples d'utilisation et efficaces vous permettent de publier régulièrement sur Internet.



La NEWSLETTER



Les RÉSEAUX SOCIAUX

Efficace lorsqu'on a une base d'**adresses** mails ou envoi via un média spécialisé. Utilisez un **modèle aux couleurs** de l'événement, modulable selon vos communications.

N'oubliez pas vos partenaires, les dates de l'an prochain... Privilégiez le direct, simple, contenu personnifié

permettent d'interragir en direct. L'usage de **mots clés**, **hastags**, contenu intéressant, vidéos assurent de capter les participants et de créer du traffic.

Page et événement Facebook, Instagram

Envoyez des informations pratiques sur la manifestation Publiez régulièrement des infos, nouveautés, parcours...



€ GRATUIT









Communiquez auprès de prescripteurs pour donner de l'ampleur à l'événement : LA PRESSE !

Considérez les médias comme des haut-parleurs pour l'évènement. Ecrire des communiqués, tenir une revue de presse, contacter et inviter des journalistes locaux à participer à l'évènement sont autant d'actions non-négligeables qui assurent une bonne promotion post-événement.

> Gage d'importance grandissante de la manifestation Assurance de plus de participants et partenaires en N+1!









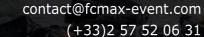












Caroline Monnin (+33)6 72 58 63 15





