

## Nos conseils pour... définir des outils et actions de communication

NON EXHAUSTIVE, CETTE LISTE DONNE DES PISTES D'ACTIONS ET D'OUTILS POUR VOTRE STRATÉGIE DE COMMUNICATION. LES OUTILS CHOISIS DOIVENT RÉPONDRE À VOS OBJECTIFS ET À VOS PUBLICS CIBLES MENTIONNÉS DANS VOTRE PLAN DE COMMUNICATION

Quelques exemples : si votre projet est très visuel, privilégier la photo, la vidéo et la visite du site, si votre projet améliore le quotidien d'une population, privilégier les portraits, les témoignages de bénéficiaires...

### IMAGE ET AUDIOVISUEL

- Reportages photos aux étapes importantes du projet
- Vidéo courte de 1 à 3 minutes plutôt destinée au Web et aux réseaux sociaux
- Vidéo d'une durée plus longue pour un diffuseur TV ou Web identifié au préalable
- Des podcasts si le projet s'y prête
- Reportages, interviews des acteurs du projet et bénéficiaires finaux

### OUTILS WEB

- Une page internet dédiée au projet et hébergée sur votre site internet
- Des publications sur vos réseaux sociaux divers
- Newsletter/bulletin d'information
- Infographie digitale qui présente un projet
- Présentation PowerPoint du projet
- Intégration de l'identité visuelle/du logo dans la signature e-mail des personnes qui travaillent sur ce projet

### PRINT

- Plaquettes de présentation, dépliants, flyers...
- Livres, photos, magazines papier...
- Kakémonos, bannières, panneaux, flocages sur objets...
- Affiches, plaques, calendrier...

Visibilité AFD/France : ajouter le logo des partenaires/bailleurs sur l'ensemble des supports de com & outils produits



## Nos conseils pour... définir des outils et actions de communication

### ÉVÉNEMENTIEL

- Événement de lancement en présence de toutes les parties prenantes du projet
- Événement de pose de la première pierre
- Événement de clôture d'un projet
- Portes ouvertes aux moments clés du projet
- Organisation de séminaires, de colloques, de conférences (présentielles ou en visio)
- Participation à des congrès, des salons, des événements internationaux sur la thématique de votre projet
- Organisation de webinaires, MOOC, présentations
- Mise en place d'expositions, spectacles vivants, livre, magazine

### MARKETING

- Dans les médias : spot TV et radio, publipostages payants
- Campagne d'affichage public
- Envoi de SMS, phoning
- Jeu-concours
- Goodies : tee-shirts, crayons, sacs et autres objets marketing

### RELATIONS MÉDIAS

- Dossier de presse pour informer les journalistes du projet
- Communiqué de presse aux moments importants du projet
- Conférence et point presse : invitation des médias à un moment clé du projet avec possibilités pour les journalistes de poser des questions
- Invitation des médias aux événements
- Voyage de presse et accueil des journalistes sur demande
- Revue de presse qui rassemble les mentions du projet dans les médias
- Fichier journalistes avec domaine de travail et nom du média

### CONSEILS ET RECOMMANDATIONS

Dans la mesure du possible, développer des activités de communication sur des supports raisonnés et responsables (matières recyclées, entreprises locales, etc.).  
Il peut être utile de produire des éléments de langage transmissibles à toute personne devant s'exprimer sur le projet.

