



# Plan de Communication Amicale ISAE

Avril 2014

Préparé par Sébastien COPPOLA (E2008) & Jean-Louis MARCE (X-S77)

# Préambule

## Contexte et objectifs de ce Dossier

- Dans le cadre du développement de l'Amicale ISAE, la Commission Promotion Image (CPI) a proposé de réaliser un Plan de Communication. Les objectifs de ce document sont de définir les axes de travail de la CPI, au niveau interne et externe.
- Ce document est structuré en 3 parties:
  - Stratégie de Communication
  - Moyens et Outils de Communication
  - Planning et Actions de Communication

# Table des matières



Stratégie

Moyens et Outils

Planning et Actions

Annexes

# Axes de Diagnostic

## Contexte

- L'Amicale ISAE : plus de 15000 Alumni dont plus de 2000 cotisants. 750 nouveaux diplômés par an (ingénieurs, masters et doctorants)

## Thèmes sur lesquels communiquer

- La mission de l'Amicale, ses activités, ses événements, ses réalisations : « L'Amicale, à quoi ça sert ? »
- Les nouvelles des Alumni et de l'ISAE
- Le réseau et les partenaires de l'Amicale

## Questions clés

- Quelle est notre ambition ?
- Pourquoi communiquer ?
- Quelles sont les cibles de notre Communication ?
- Quelle image a-t' on et quelle image veut-on donner ?
- Quelles sont nos forces et faiblesses ?
- Quels sont les risques et les contraintes ?
- Quels sont les vecteurs de Communication ?

# Ambition

## Quel est l'ambition de l'Amicale ?

- En termes d'adhérents : être au même niveau que les autres grandes écoles (20%)
- Etre reconnu comme un partenaire (par l'ISAE, la Fondation et Friends of ISAE, les autres associations d'Alumni, les pouvoirs publics)
- En termes de moyens :
  - Nombre de bénévoles actifs
  - Technologies de Communication ?
  - Evènements ?
- En termes de visibilité / notoriété

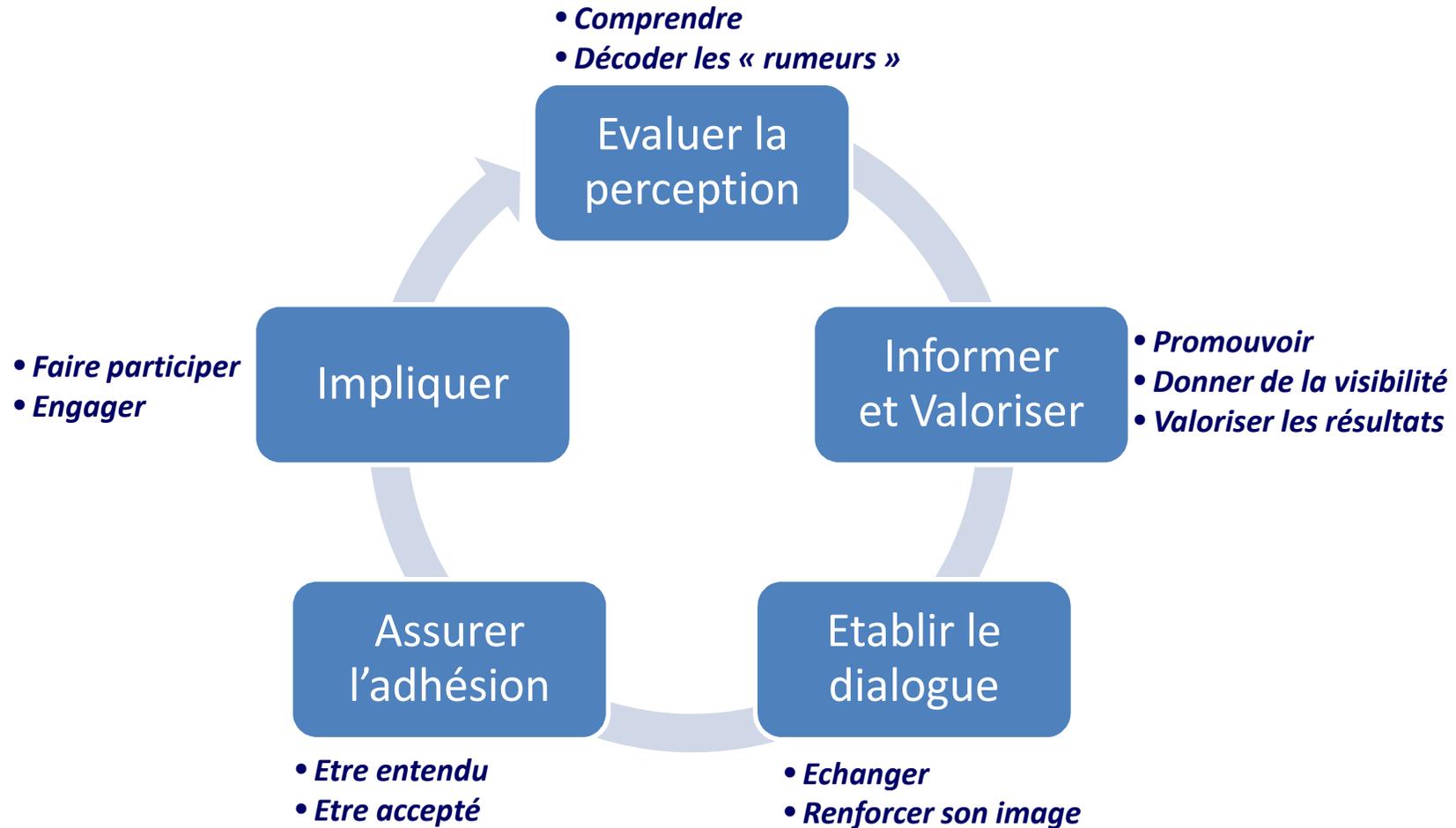
# Enjeux de la Communication de l'Amicale

## Les enjeux de la Communication de l'Amicale ISAE sont de :

- Animer et développer le réseau des Alumni
- Renforcer nos relations avec (développement partenaires):
  - L'Institut
  - Le groupe ISAE (ISAE, ENSMA, ESTACA, Ecole d'officiers de l'armée de l'air)
  - La Fondation ISAE-SUPAERO et Friends of ISAE
- Etre visible et connu
- Motiver et fidéliser les bénévoles (développement interne Amicale)
- Attirer et impliquer les cotisants potentiels (développement Alumni)
- Développer des échanges avec:
  - Ingénieurs et Scientifiques de France (IESF)
  - Les autres associations d'Alumni du G16+

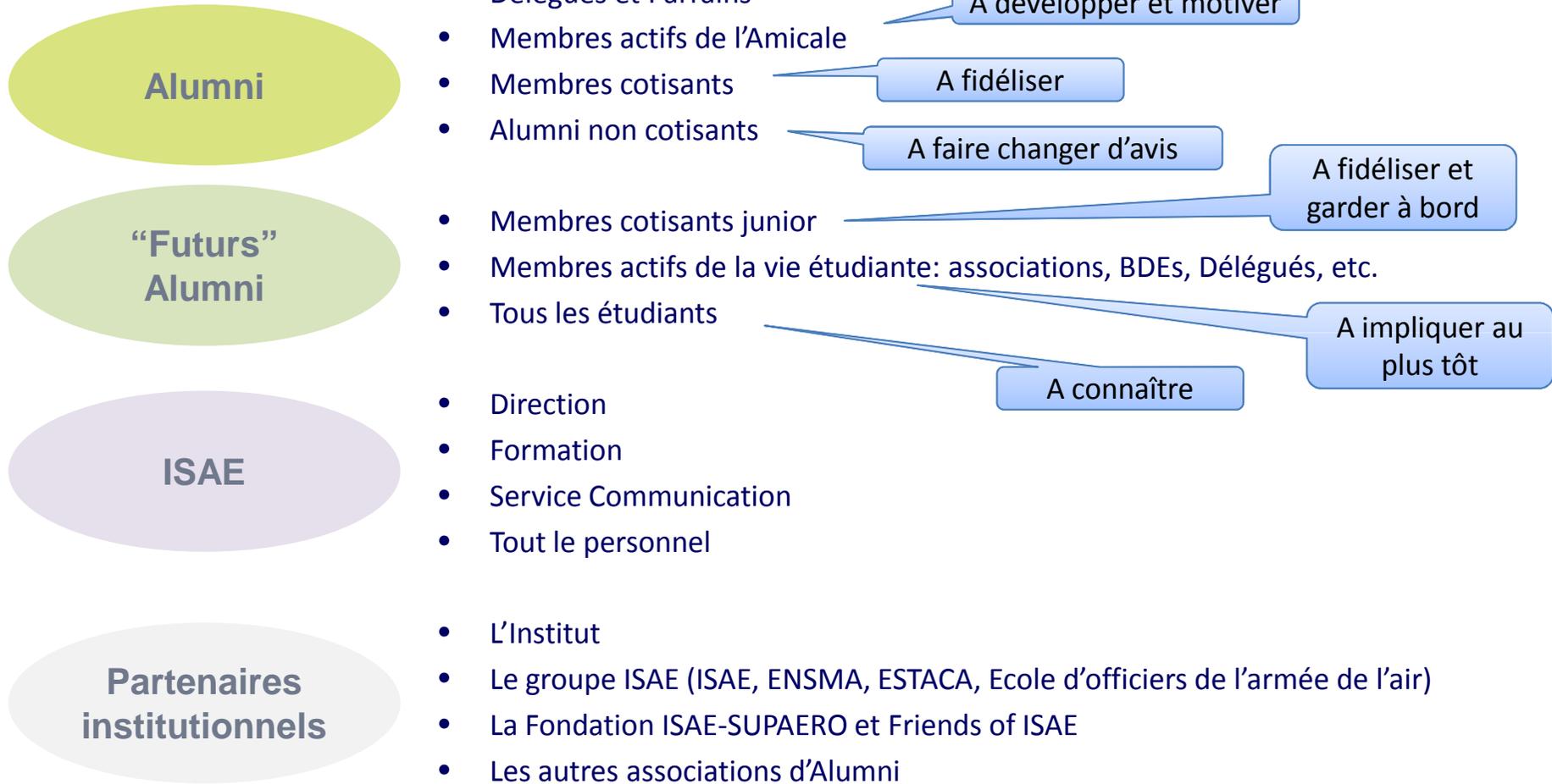
# Les objectifs de la Communication

Toute action de Communication répond à un des objectifs suivants :



# Les cibles de la Communication

## Quelles sont les cibles de notre Communication ?



Proposition : lancer une cartographie détaillée des populations

# L'image de l'Amicale

## Quelle est l'image de l'Amicale aujourd'hui ?



Alumni Jeune diplômé



Alumni à mi-carrière



Alumni Cadre Sup



Alumni retraité



Etudiant



Personnel ISAE



Proposition : lancer une enquête électronique ou orale

# L'image de l'Amicale

Quelle image veut-on donner ?



## Quelles sont les actions menées récemment et quelles sont les leçons ?

- Annuaire papier + annuaire en ligne
  - Xxx
  - xxx
- Site internet
  - Xxx
  - xxx
- ISAEdre
  - Xxx
  - xxx
- Evènements
  - Anniversaires de Promotion
  - Conférences
  - Visites
  - Voyages



# Risques et contraintes

**Quels sont les risques et les contraintes qui peuvent nuire à une Communication efficace ?**

Risques	Contraintes
<ul style="list-style-type: none"><li>• Manque de ressources dédiées à la Communication</li><li>• Manque de coordination avec l'ISAE et la Fondation</li><li>• Alumni « non contactables » : manque de moyens affectés à la mise à jour au fil de l'eau de la base de données</li><li>• Mauvaise communication interne à l'Amicale</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Manque de ressources financières</li><li>• Manque de bénévoles actifs</li></ul>

# Vecteurs de Communication

## Comment communiquer efficacement ?

- Le choix des outils et médias dépend :
  - des objectifs
  - de la population ciblée
  - du budget et des ressources disponibles
  - des contraintes de temps
- Différents types de médias sont utilisables :
  - outils web/connectés/mobiles (site internet, application smartphone, réseaux sociaux)
  - bulletins d'information, newsletters, emails
  - communication papier (annuaire , posters, courriers)
  - évènements (présentations, réunions, social events, conférences)
- Les actions peuvent être réalisées :
  - en propre par l'Amicale
  - en mutualisant les ressources et les efforts avec notre réseau (Fondation, ISAE, autres associations d'Alumni)



# Table des matières



Stratégie

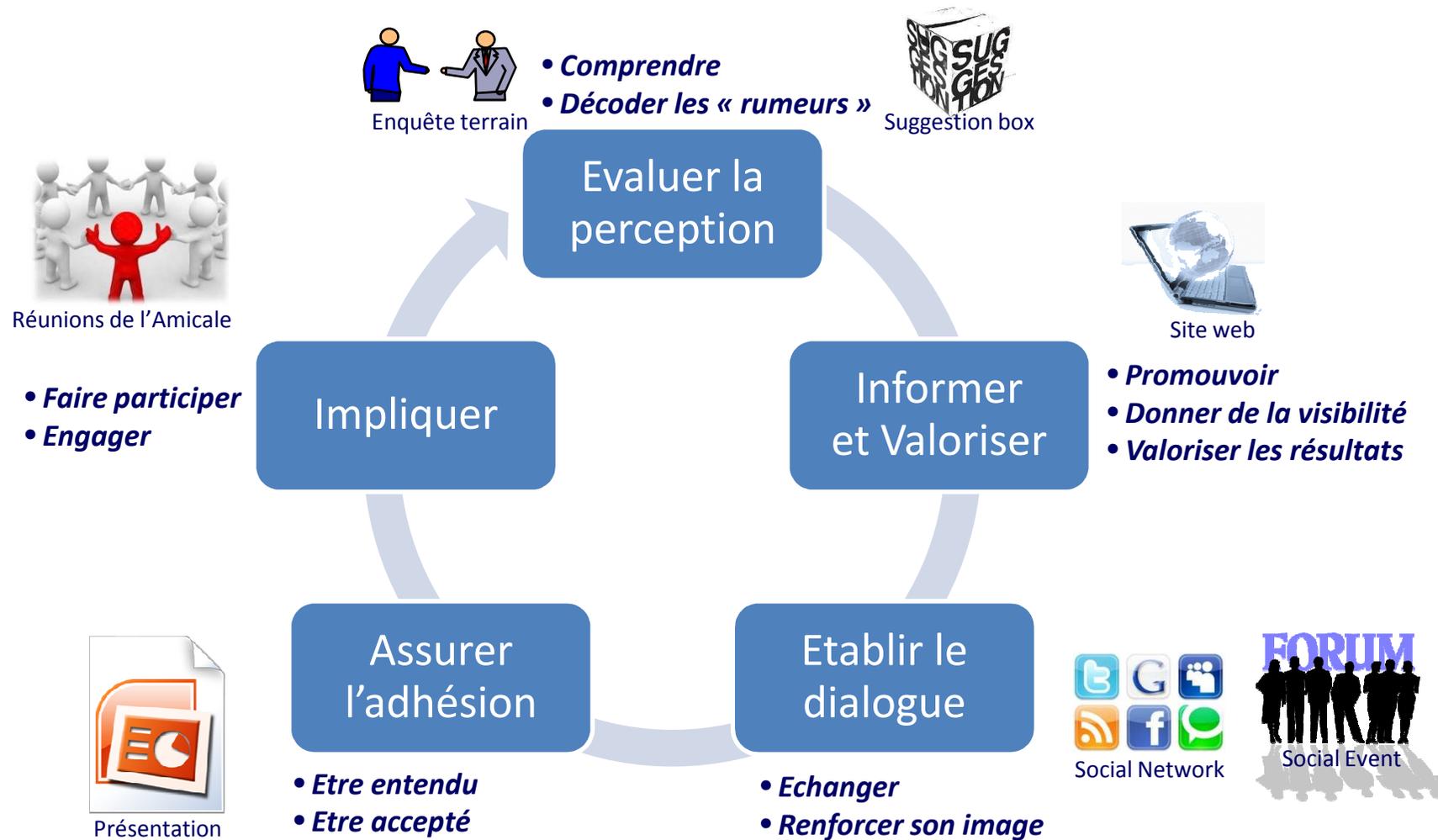
Moyens et Outils

Planning et Actions

Annexes

# Objectifs et médias

Chaque objectif doit être réalisé via des moyens appropriés :



# Objectifs de Communication versus Médias

## Médias connectés et papier

		<i>Objectives</i>	Evaluer	Informer	Dialoguer	Faire adhérer	Impliquer
✓	Site Internet			X			
	Application smartphone		X	X	X		
✓	Social Network		X	X	X		
	Boîte à idées		X				
✓	Mail d'Information			X			
✓	Newsletter / Bulletin d'Information			X			
	Enquête électronique		X				
✓	Presentations			X	X	X	X
	Poster / Kakemono			X			
	Panneau d'information			X			
	Tryptique / Flyer			X			
	Magazine			X			



Proposition : étudier l'opportunité d'utiliser d'autres médias

# Objectifs de Communication versus Médias

## Evènements

		<i>Objectifs</i>	Evaluer	Informer	Dialoguer	Faire adhérer	Impliquer
		Interview			X	X	X
✓		Conférence		X			
✓		Présentation		X			
✓		Portes ouvertes / Forum			X	X	
✓		Social Event / Afterwork			X	X	X
		Sport event				X	X
✓		Déjeuner/Diner à thème			X		
		Enquête terrain	X				



Proposition : étudier l'opportunité d'utiliser d'autres médias

# Mission de la Commission Promotion Image

**La mission telle qu'affichée sur le site de l'Amicale :**

**Promouvoir au dedans et au dehors une image positive des activités et du fonctionnement de notre Amicale, et contribuer à développer la notoriété nationale et internationale de l'Institut, de ses activités de recherche et de ses diplômes.**

**Objectifs :**

- Réaliser et diffuser chaque année aux membres cotisants de l'Amicale l'annuaire des anciens élèves
- Éditer l'ISAEde, notre bulletin trimestriel d'information diffusé à l'ensemble des membres de l'Amicale et consultable en ligne
- Développer et faire vivre un site internet qui soit à la fois une vitrine des activités de l'Amicale et un moyen d'échange au sein de la Communauté
- Élaborer et tenir à jour le plan de communication de l'Amicale
- Obtenir régulièrement des informations en retour sur l'image de l'Amicale et de la Fondation

## Axes de travail proposés:

### **La Communication de l'Amicale peut être structurée selon les axes suivants :**

1. Développement d'outils connectés
2. Réalisation de supports papier « institutionnels »
3. Edition de bulletins d'information
4. Communication sur les évènements et appui à l'organisation
5. Analyse de l'image de l'Amicale et Développement
6. Interfaces et Réseau
7. Outillage interne et Plan de Communication

# Axe 1 : Développement d'outils connectés

## Objectifs

- Avoir un site Internet dynamique, à jour, évolutif, multi-supports (PC, tablette, smartphone)
- Etre présent et actif sur les réseaux sociaux
- Envisager d'autres médias/outils pour être attractif (iPad, app smartphone)
- Respecter la charte graphique Amicale ISAE

## Moyens existants

- Site Web:
- Page Viadéo:
- Page LinkedIn:
- Page facebook:
- Page twitter (priorité 2)

## Responsables

- S. COPPOLA
- CJD
- Autre ?

## Plan d'Actions

### Site Web:

- Revoir la charte graphique du site web
- Définir une ligne éditoriale
- Analyser la fréquentation du site
- Optimiser le contenu du site
- Optimiser le coût de maintenance du site
- Utiliser les fonctionnalités Admin/Membre du site
- Améliorer le référencement

### Réseaux sociaux:

- Définir la politique / stratégie
- Finaliser l'analyse de l'existant
- Mettre en place une modération
- Mettre en place des flux d'alimentation
- Définir les règles d'adoubement

### Autres:

- Appli smartphone via Junior Entreprise ?

## Axe 2 : Réalisation de supports « institutionnels »

### Objectifs

- Réaliser les supports papier de communication de l'Amicale
- Mettre à jour et améliorer les supports
- Etudier l'utilisation potentielle d'autres supports

### Moyens existants

- Annuaire
- Fiche A4 pour distribution en début d'année (circuit de rentrée)

### Responsables

- F. Loyer (TBC) ?

### Plan d'Actions

Annuaire :

- Quel est le coût ?
- Intérêt démontré ? Peut-on économiser une partie des envois ?
- Développement d'un annuaire tablette ?

Définir une charte graphique

Imaginer une plaquette/tryptique : présentation de l'Amicale + encart adhésion

Posters / kakemonos :

- Étudier le besoin : affichage dans l'école, lors des événements Amicale
- Étudier le coût
- Utiliser les ressources de l'ISAE ?

Etudier l'utilisation potentielle d'autres supports ?

## Axe 3 : Edition de bulletins d'information

### Objectifs

- Alimenter les médias de l'amicale (Axes 1 et 2)
- Editer les bulletins d'information de l'Amicale

### Moyens existants

- ISAEdre
- Newsletter électronique
- Pages/Communautés réseaux sociaux
- Site internet

### Responsables

- JLM ?

### Plan d'Actions

- Définir les règles éditoriales, les flux, les fréquences de mise à jour
- Réfléchir à la position de chaque information disponible (une info peut être sur le site, facebook et ISAEdre : il faut réfléchir aux canaux d'alimentation et à la cohérence)
- Organiser la transmission des connaissances de B. Moretti aux membres de la CPI sur ce sujet

## Axe 4 : Communication sur les évènements et appui à l'organisation

### Objectifs

- Appuyer l'organisation d'évènements
- Communiquer sur les évènements (avant et après)
- Rendre l'Amicale plus attractive et conviviale via l'organisation d'évènements sportifs, ludiques, festifs
- Communiquer sur les régions (Toulouse, Paris, Bordeaux, Marseille, etc.)

### Moyens existants

Amicale :

- Diners Alumni/Etudiants
- Afterwork (CJD)
- Repas de promo
- Conférences
- Voyages

ISAE :

- Journée PME
- Journée métiers jeunes diplômés

### Responsables

- S. COPPOLA
- ?

### Plan d'Actions

- Communiquer via site internet et les réseaux sociaux sur ces évènements
- Pousser les délégués de promo à l'organisation

## Axe 5 : Analyse de l'image de l'Amicale et Développement

### Objectifs

- Renforcer la notion de promo, le sentiment d'appartenance
- Développer des « services » : on ne cotise plus par devoir !!!
- Mieux communiquer sur les réalisations de l'Amicale et des commissions

### Moyens existants

### Responsables

- Responsables Commissions (JLM + FL)  
+ assistantes ?

### Plan d'Actions

- Inclure les étudiants dans la réflexion
- Lancer une e-survey (enquête électronique) sur la base de ce qui a été fait fin 2013
- Brainstormer un samedi dans les locaux de l'Amicale, voire en teleconf

## Axe 6 : Interfaces et Réseau

### Objectifs

- S'intégrer à la vie étudiante
- Développer les délégués de promo et leurs actions
- Animer le réseau
- Analyser ce qui se fait ailleurs

### Moyens existants

- Amphis de présentation (premier trimestre) à l'ISAE
- Permanences sur site

### Responsables

- ?

### Plan d'Actions

- Mettre en place un process « délégués de promo » en fin de 2A
- Trouver des solutions pour amener les membres du réseau à interagir entre eux spontanément
- Benchmarker d'autres amicales plus performantes, en premier lieu aux Arts et Métiers mais aussi X, Centrale

# Axe 7 : Outillage interne et Plan de Communication

## Objectifs

- Outiller l'Amicale et les bénévoles pour améliorer la communication (interne et externe)
- Faciliter la communication au sein de l'Amicale
- Définir un plan de communication court-terme et moyen-terme
- Mesurer la performance de nos outils et actions

## Moyens existants

## Responsables

- ?

## Plan d'Actions

Outils internes Amicale :

- Doter les Commissions de présentation type, kit de com
- Avoir une charte graphique et des supports institutionnels
- Fournir des contact lists aux commissions
- Fournir des outils pour faciliter la communication des commissions (outil de CRM ?), voir fonctions du site
- Formaliser et faire tourner des flux de communication entre les commissions

Cartographier les outils de communication en place (papier + digital), les acteurs et les flux.

Cartographier toutes les cibles de notre communication et s'assurer de la couverture régulière.

# Tables des matières



Stratégie

Outils et Outils

Planning et Actions

Annexes

- Quel est le coût des actions / outils réalisés en 2013 ?
- Quel est le budget prévisionnel ?
- Y a-t'il des « quick wins » : faible investissement à gros potentiel parmi les outils/médias non utilisés ?

# Synthesis: populations, objectives & means selection

A faire

- Assess
- Inform
- Dialogue
- Buy-in
- Involve
- Suggestion box
- Poster/kakemono
- Leaflet/flyer
- Article in magazine
- Info mail / Newsletter
- Social Network
- Dpt / BU meeting
- Project meeting
- Interview
- Decision Gate
- Stakeholders review
- Roadshow / Conf
- Open Doors / Forum

	Assess	Inform	Dialogue	Buy-in	Involve	Suggestion box	Poster/kakemono	Leaflet/flyer	Article in magazine	Info mail / Newsletter	Social Network	Dpt / BU meeting	Project meeting	Interview	Decision Gate	Stakeholders review	Roadshow / Conf	Open Doors / Forum
SVI managers	X	X	X	X			X	X	X	X		X		X	X	X		
OPC Sponsors		X	X	X			X	X	X	X		X		X	X	X		
Experts	X			X	X	X	X	X	X	X		X	X	X				
R&T Leaders		X				X	X	X	X				X	X	X			
SVIx teams		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X					X	X
S Business Units	X	X	X			X	X	X	X	X	X						X	X
IS/IT teams				X	X	X	X	X	X	X		X					X	X
R&T & Innov. teams		X				X	X	X	X		X		X				X	X
R&T Bundle		X				X	X	X	X			X					X	X
Partners		X		X		X		X	X			X					X	X
R&T Labs & Univ.				X		X		X	X								X	X
Airlines, MRO	X	X				X		X				X						

Template

# 2014 Communication Planning

Key individuals  
Airbus population  
External populations

Meeting



A faire

Event



Interview

Population	Action	Q1 2014			Q2 2014			Q3 2014			Q4 2014		
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
SVI Mgt	Contrib. to SVI Brief (TBC)			Meeting									
	Presentation to SV (TBC)						Meeting						
OPCs Sponsors	OPCs general KOM	Event											
	Stakeholders 2013 feedback		Checkmark										
Experts	Presentations (TBC)				Meeting	Meeting	Meeting						
R&T Leaders	TRL / Milestone							Interview	Interview			Interview	Interview
SVI teams	Presentations (TBC)			Meeting	Meeting								
S BUs	OPC KOM	Meeting	Meeting	Meeting	Meeting								
All S	R&T Achievements				Event								
	Connect Community (TBC)							Com tooling					
	Video							Com tooling					
	Newsletter (S, SVI)							Checkmark					
	R&T conferences					Event			Event		Event		

Template



Stratégie

Outils et Outils

Planning et Actions

Annexes

# Exemple d'outil Commission

## Présentation de la Commission



Presentation CJD

# Exemple d'outil Commission

## Liste des contacts BDE / ISAE

NOM Prénom	Rôle	Promo	Tel	Email
<b>CHKOUBI Youssef</b>	Point Focal BDE ENSICA	E2012	06 37 65 52 43	<a href="mailto:you2b30@voila.fr">you2b30@voila.fr</a>
<b>CHAUSSIER Fanny</b> <b>MAZOYER Paul</b>	Point Focal BDE SUPAERO	S2012		<a href="mailto:fanny.chaussier@isae.fr">fanny.chaussier@isae.fr</a> <a href="mailto:paul.mazoyer@isae.fr">paul.mazoyer@isae.fr</a>
POULET Marie-France	Resp Stages & Carrières ISAE	N/A	-	<a href="mailto:marie-france.poulet@isae.fr">marie-france.poulet@isae.fr</a>
Roland Olivo Muriel Henry Gracianne Lenne-lalande Nicole Peybernard Martine Marlot Serge Quehan Françoise Castandet Bernard Stumph	IE1 ENSICA IE2 ENSICA IE3 ENSICA IE1 SUPAERO IE2 SUPAERO IE3 SUPAERO IE3 SUPAERO IE Masteres			<a href="mailto:roland.olivo@isae.fr">roland.olivo@isae.fr</a> <a href="mailto:muriel.henry@isae.fr">muriel.henry@isae.fr</a> <a href="mailto:gracianne.lenne-lalande@isae.fr">gracianne.lenne-lalande@isae.fr</a> <a href="mailto:nicole.peybernard@isae.fr">nicole.peybernard@isae.fr</a> <a href="mailto:martine.marlot@isae.fr">martine.marlot@isae.fr</a> <a href="mailto:serge.quehan@isae.fr">serge.quehan@isae.fr</a> , <a href="mailto:francoise.castandet@isae.fr">francoise.castandet@isae.fr</a> <a href="mailto:bernard.stumph@isae.fr">bernard.stumph@isae.fr</a>
Promos ENSICA	Mailing list promo	2010 2011 2012 2013	N/A	<a href="mailto:Promo63.ensica@isae.fr">Promo63.ensica@isae.fr</a> <a href="mailto:Promo64.ensica@isae.fr">Promo64.ensica@isae.fr</a> <a href="mailto:Promo65.ensica@isae.fr">Promo65.ensica@isae.fr</a> <a href="mailto:Promo66.ensica@isae.fr">Promo66.ensica@isae.fr</a>
Promos SUPAERO	Mailing list promo	2010 2011 2012 2013	N/A	<a href="mailto:Promo100.supaero@isae.fr">Promo100.supaero@isae.fr</a> <a href="mailto:Promo101.supaero@isae.fr">Promo101.supaero@isae.fr</a> <a href="mailto:Promo102.supaero@isae.fr">Promo102.supaero@isae.fr</a> <a href="mailto:Promo103.supaero@isae.fr">Promo103.supaero@isae.fr</a>

# Exemple d'outil Commission

## Liste des Délégués promo

PROMO	ENSICA	SUPAERO
2012 (2A)	CHKOUBI Youssef	MAZOYER Paul
2011 (3A)	BORDE Rodolphe	MALAFOSSE Manon MOREL Romain
2010	CHALMIN Brice GADOT Jean-Gaël	PARDESSUS Sophie
2009	MARIN Julien TRICARD Benoît	CESCON Damien ARASZKIEWIEZ Julien
2008	COPPOLA Sébastien	CHALAUD Sébastien BOERO-ROLLO Jean-Grégoire
2007	MARTINEZ-VALERO Joannes ?	CHAPDANIEL Maxime VANNUNEN Raphael
2006	WAN Julien ? JOYEUX Fabien ?	PERCIER Julia BOODHOO Murvin
2005	A définir	BOUILLANT Julien DRELON Godegroy
2004	A définir	BETEGNIE Emmanuelle LESIOURD Manuel
2003	DUVIOL Eric ?	ROUGEOT Fabienne

# Exemple d'outil Commission

## Annuaire des membres de la Commission

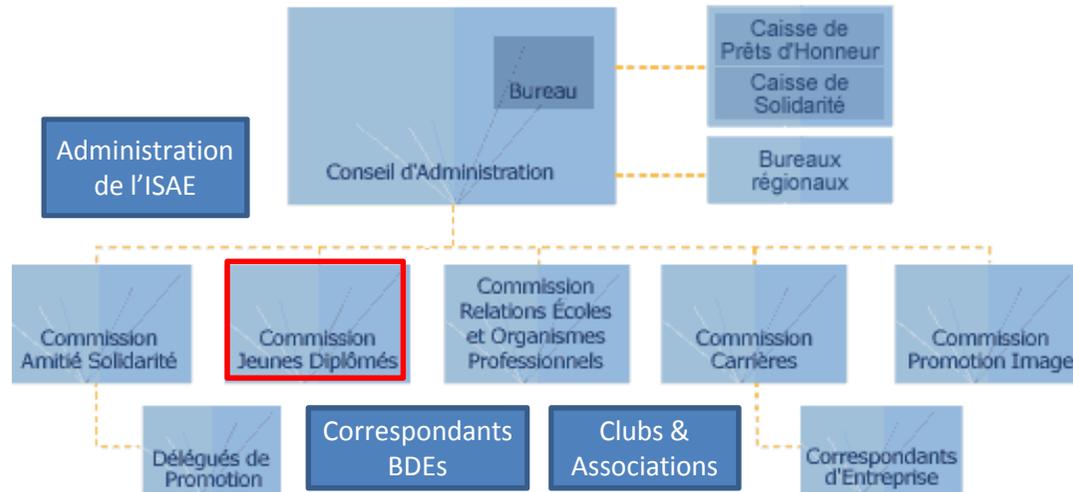
NOM Prénom	Rôle	Promo	Local°	Tel	Email
COPPOLA Sébastien	Président	E2008	Toulouse	06 71 52 66 05	<a href="mailto:sebastien.coppola@gmail.com">sebastien.coppola@gmail.com</a>
BOUILLANT Julien	Secrétaire	S2005	Toulouse		<a href="mailto:julien.bouillant@gmail.com">julien.bouillant@gmail.com</a>
VLASTUIN Jonathan	Membre	E2007	Toulouse	06 76 22 69 95	<a href="mailto:jonathan.vlastuin@gmail.com">jonathan.vlastuin@gmail.com</a>
CUSSET Romain	Membre	E2009	Toulouse	06 74 39 13 00	<a href="mailto:romain.cusset@gmail.com">romain.cusset@gmail.com</a>
TRICARD Benoit	Membre	E2009	Toulouse	06 14 26 60 03	<a href="mailto:benoit.tricard@airbus.com">benoit.tricard@airbus.com</a>
DOLLEY Sébastien	Membre	E2010	Toulouse	06 11 07 62 65	<a href="mailto:sebdol@aol.com">sebdol@aol.com</a>
CHALMIN Brice	Membre	E2010	Toulouse	06 62 76 58 37	<a href="mailto:bricechalmin@hotmail.com">bricechalmin@hotmail.com</a>
BOERO-ROLLO Jean-Grégoire	Membre	S2008	Pau		<a href="mailto:jeangregoire@yahoo.fr">jeangregoire@yahoo.fr</a>
RAOUX Alexandre	Membre	S2009	Tls / Paris	06 88 47 27 86	<a href="mailto:alexandre.raoux@gmail.com">alexandre.raoux@gmail.com</a>



Contact : [cjd@amicale-isae.org](mailto:cjd@amicale-isae.org)

# Exemple d'outil Commission

## Interfaces de la Commission

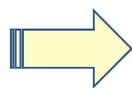


Entité	Interface
Conseil d'Administration	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Réaliser un calendrier d'événements</li> <li>•Assurer la coordination générale avec les autres commissions</li> </ul>
CAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Assurer la continuité des correspondants de promo</li> <li>•Coordonner les actions vers les "jeunes" promotions</li> </ul>
CREOP	Préparer nos représentants aux différentes instances sur les ressentis/demandes des élèves, voire préparer avec eux et mieux coordonner nos interventions
Commission Carrières	Discuter stages, premier emploi, voire pour les plus âgés conseils d'orientation professionnelle
CPI	Communiquer sur les événements
Correspondants BDEs	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Appuyer dans les événements (Jurys, etc.)</li> <li>•Communiquer sur les événements Amicale</li> </ul>
Clubs & Associations	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Communiquer sur les événements Etudiants (Raid, Gala, etc.)</li> <li>•Conseiller et appuyer pendant l'organisation</li> </ul>

# Exemple d'outil Commission

## Calendrier des événements Etudiants/CJD 2010/2011

Date	Evénement	Resp Amicale	Contact Etd	Actions Amicale
Sept	Circuits de rentrée ISAE	B. Moretti	N/A	Participer
Sept - Oct	Amphis de présentation de l'Amicale	S. Coppola + JLM	F. Chaussier Y. Chkoubi	Organiser
2 Novembre	Préparation Jurys AIE ENSICA	S. Coppola	Y. Chkoubi	Conseiller Participer
5 Novembre	Remise des diplômes ISAE	R. Cusset	N/A	Participer
6 Novembre	Gala ISAE	J. Vlastuin	<a href="mailto:gala10@isae.fr">gala10@isae.fr</a> Kim Durand	Communiquer Conseiller
18 novembre	Soirée des Anciens au foyer ENSICA	B. Chalmin	Y. Chkoubi	Organiser
29 Nov – 4 Dec	Semaine de campagne BDE ENSICA	R. Cusset	Y. Chkoubi	Communiquer
Fin Janvier	Rencontre Amicale – BDEs ISAE	S. Coppola	Y. Chkoubi	Organiser
Fin Mars	EAG (ex TGEA)	B. Tricard	?	Communiquer
Fin Mai	Air Expo	J. Bouillant	?	Communiquer
11&12 Juin	Raid ISAE	J. Vlastuin	S. Coste	Communiquer
Fin Juin	Féria ENSICA	B. Tricard	?	Communiquer



Récupérer ces infos et les distribuer dans les médias