



# Plan de Communication Amicale ISAE

Avril 2014

Préparé par Sébastien COPPOLA (E2008) & Jean-Louis MARCE (X-S71)

# 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
  - Méthode et Outils de Communication
  - Axes de travail et Actions associées

# Table des matières



Stratégie

Méthode et Outils

Axes de travail et Actions

# 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 évènements, 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

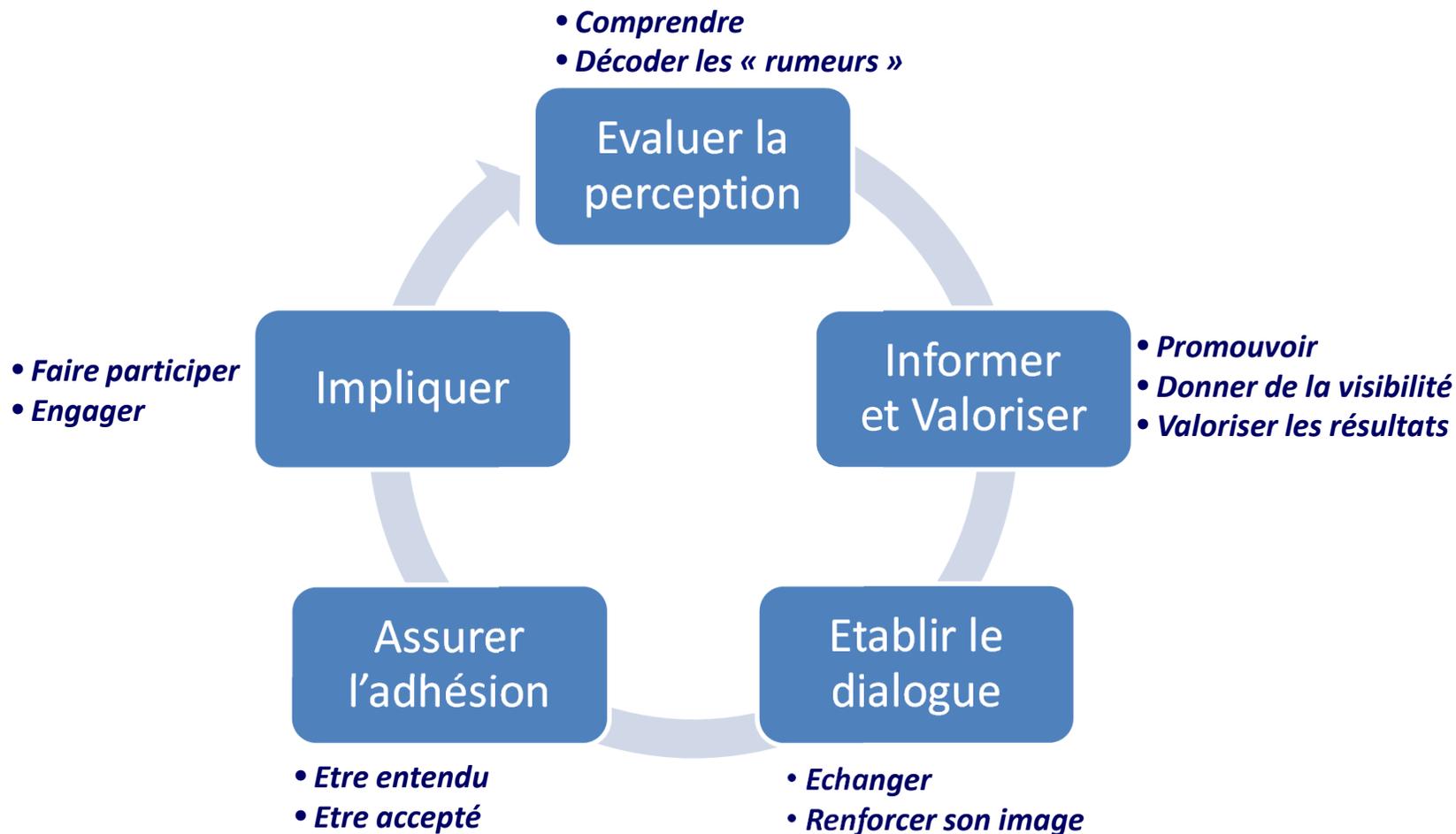
# Enjeux de la Communication de l'Amicale

## 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 ?

Alumni

“Futurs”  
Alumni

ISAE

Partenaires  
institutionnels

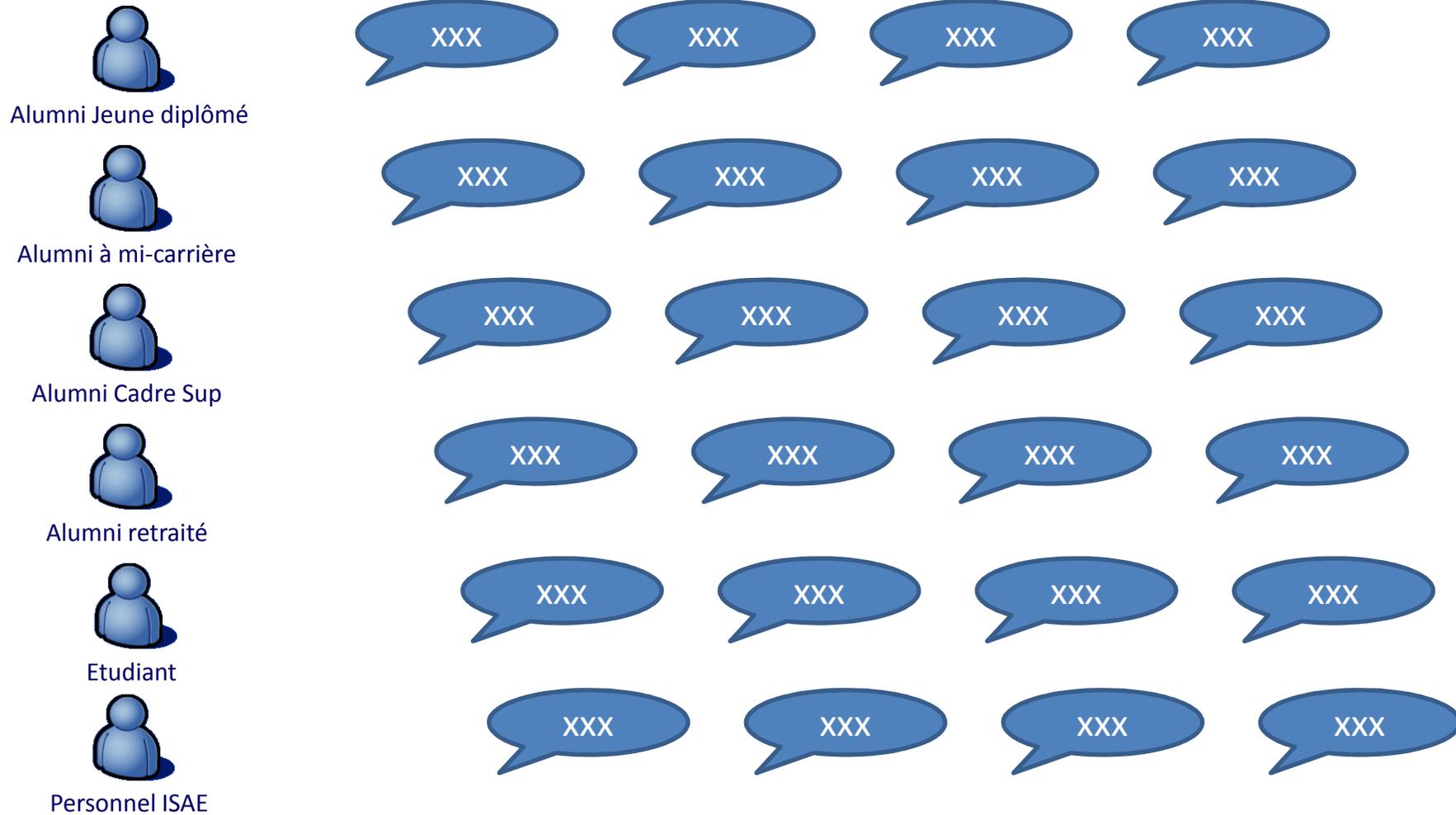
- Délégués et Parrains A développer et motiver
- Membres actifs de l'Amicale
- Membres cotisants A fidéliser
- Alumni non cotisants A faire changer d'avis
- Membres cotisants junior A fidéliser et garder à bord
- Membres actifs de la vie étudiante: associations, BDEs, Délégués, etc.
- Tous les étudiants A impliquer au plus tôt
- Direction A connaître
- Formation
- Service Communication
- Tout le personnel
- 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
- Les autres associations d'Alumni



Proposition : lancer une cartographie détaillée des populations

# L'image de l'Amicale

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



Proposition : lancer une enquête électronique ou orale

# L'image de l'Amicale

Quelle image veut-on donner ?



# Bilan des actions récentes

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

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



**Proposition : avoir un responsable/leader par média/action**

# 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>

# Table des matières



Stratégie

Méthode et Outils

Axes de travail et Actions

# Vecteurs de Communication

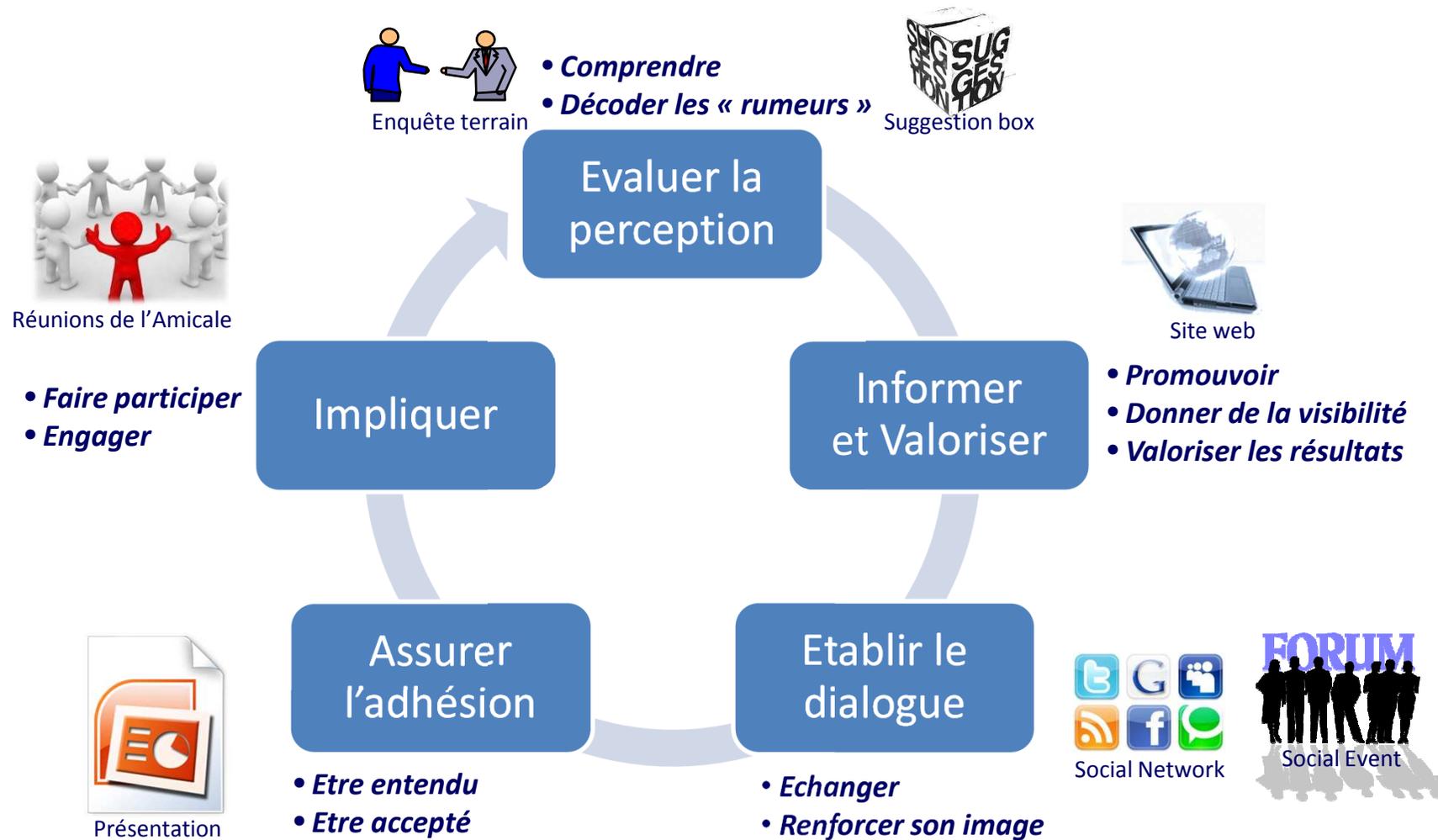
## Comment communiquer efficacement ?

- 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)



# Objectifs et médias

Chaque objectif doit être réalisé via des moyens appropriés :



# Objectifs de Communication versus Médias

## Médias connectés et papier

<i>Médias</i>		<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	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

# Tables des matières



Stratégie

Méthode et Outils

Axes de travail et Actions

# 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 Viadeo:
- Page LinkedIn:
- Page facebook:
- Page twitter (priorité 2)
  
- Appli pour flux RSS

## Ressources

- Pilotage: S. COPPOLA + S. JULIEN
- Contribution: F. LOYER

## Plan d'Actions

### Site Web:

- Revoir la charte graphique du site web
- Etudier les fonctionnalités du site (F. LEBEAU)
- Définir une ligne éditoriale du site
- 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)

### Ressources

- Pilotage: F. LEBEAU
- Contribution: F. LOYER

### 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

### Ressources

- Pilotage: JL. MARCE
- Contribution: S. JULIEN, F. LOYER

### 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

### Ressources

- Pilotage: S. JULIEN + S. COPPOLA
- Contribution: C. ROUILLARD

### 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

## Ressources

- Pilotage: F. LEBEAU + JL. MARCE
- Contribution: C. ROUILLARD + F. LOYER

## 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

## Ressources

- Pilotage: S. JULIEN + JL. MARCE
- Contribution: B. MORETTI (?)

## Plan d'Actions

- Mettre en place un process « délégués de promo » en fin de 2A → CJD
- 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

## Ressources

- Pilotage: F. LEBEAU + S. COPPOLA

## 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.