



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 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

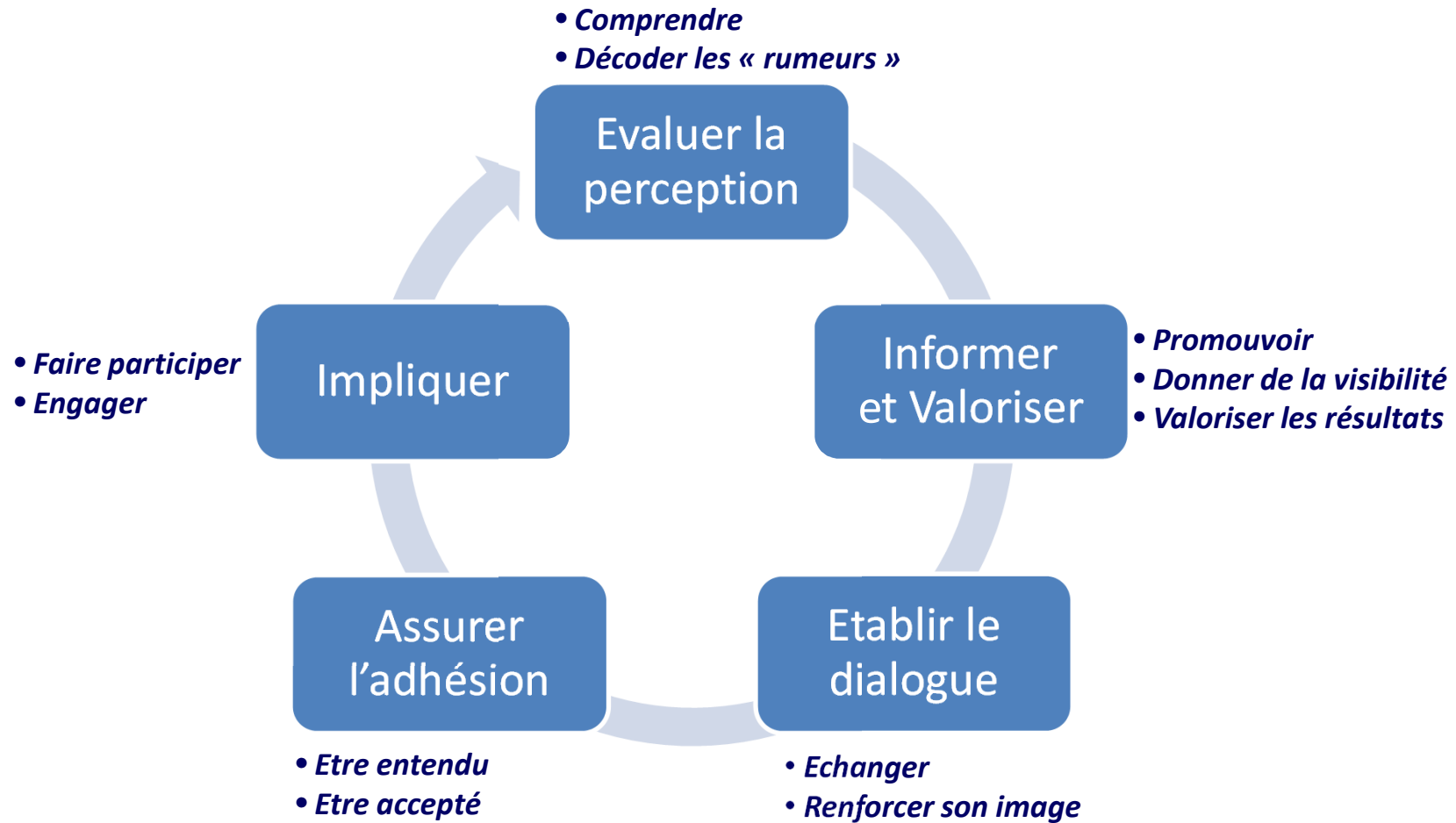
Enjeux de la Communication de l'Amicale

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 ?

Alumni

“Futurs”
Alumni

ISAE

Partenaires
institutionnels

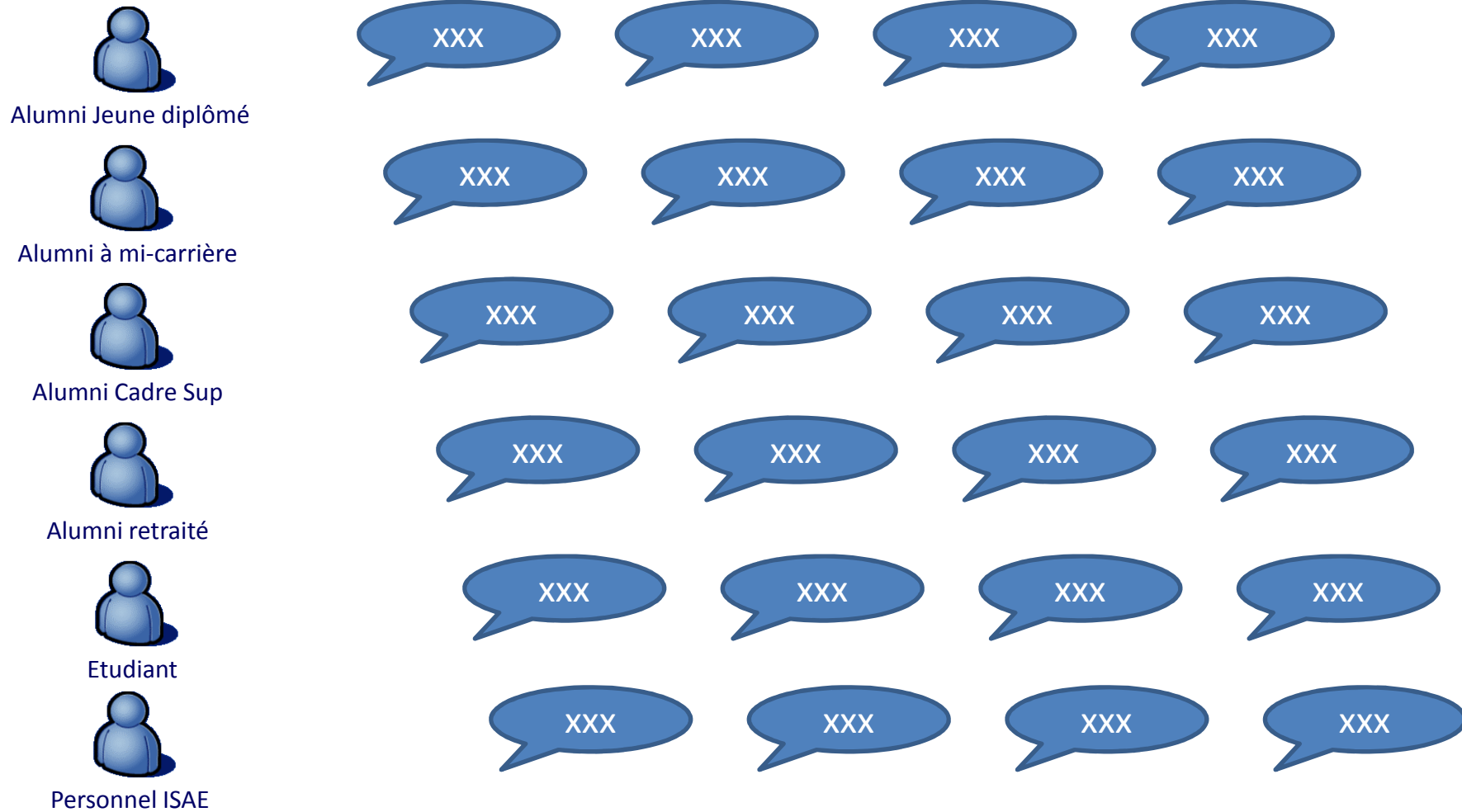
- Délégués et Parrains A développer et motiver
- Membres actifs de l'Amicale
- Membres cotisants A fidéliser
- Alumni non cotisants A faire changer d'avis
- Membres cotisants junior A fidéliser et garder à bord
- Membres actifs de la vie étudiante: associations, BDEs, Délégués, etc.
- Tous les étudiants 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

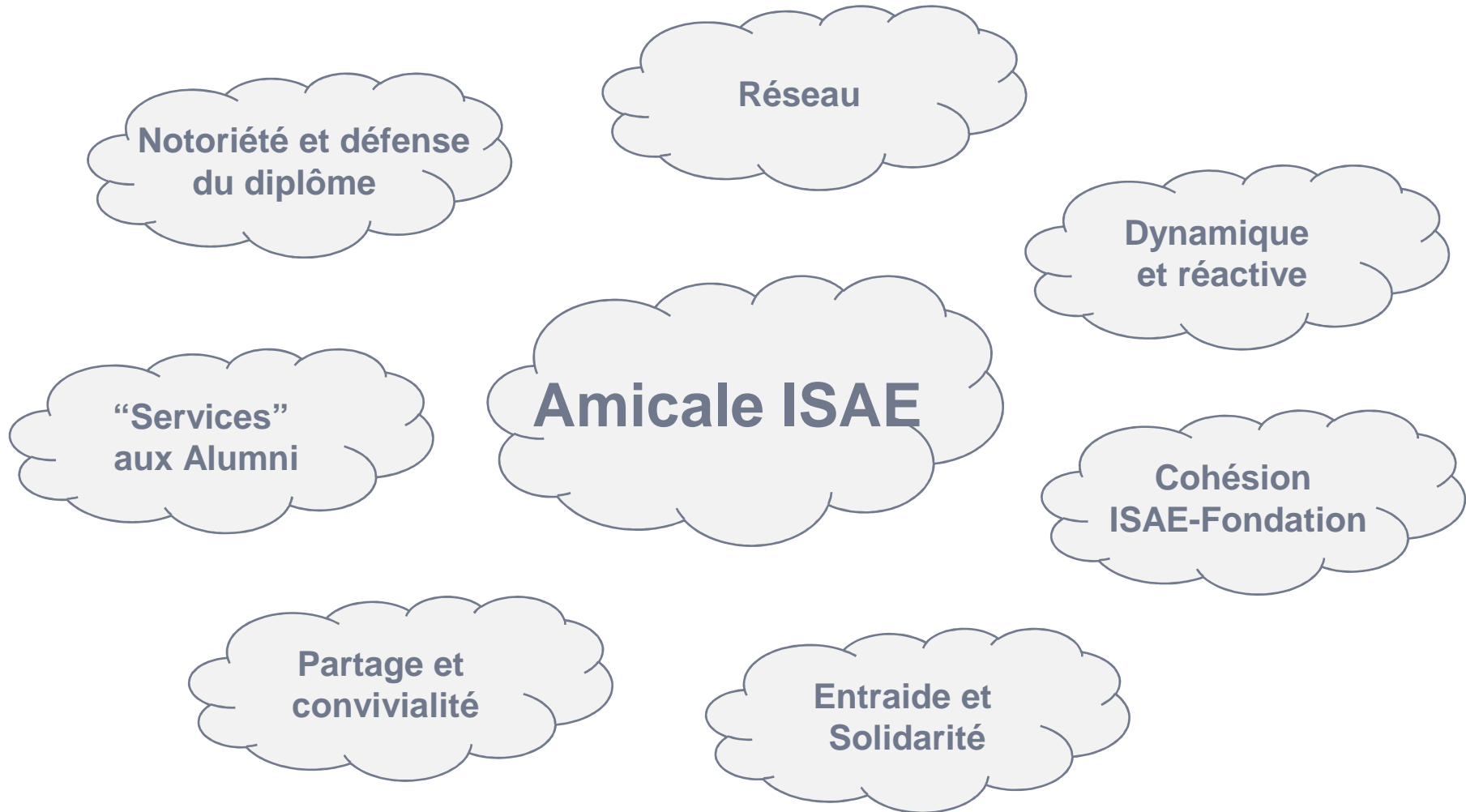
Quelle est l'image de l'Amicale aujourd'hui ?



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

Table des matières



Stratégie

Méthode et Outils

Axes de travail et Actions

Vecteurs de Communication

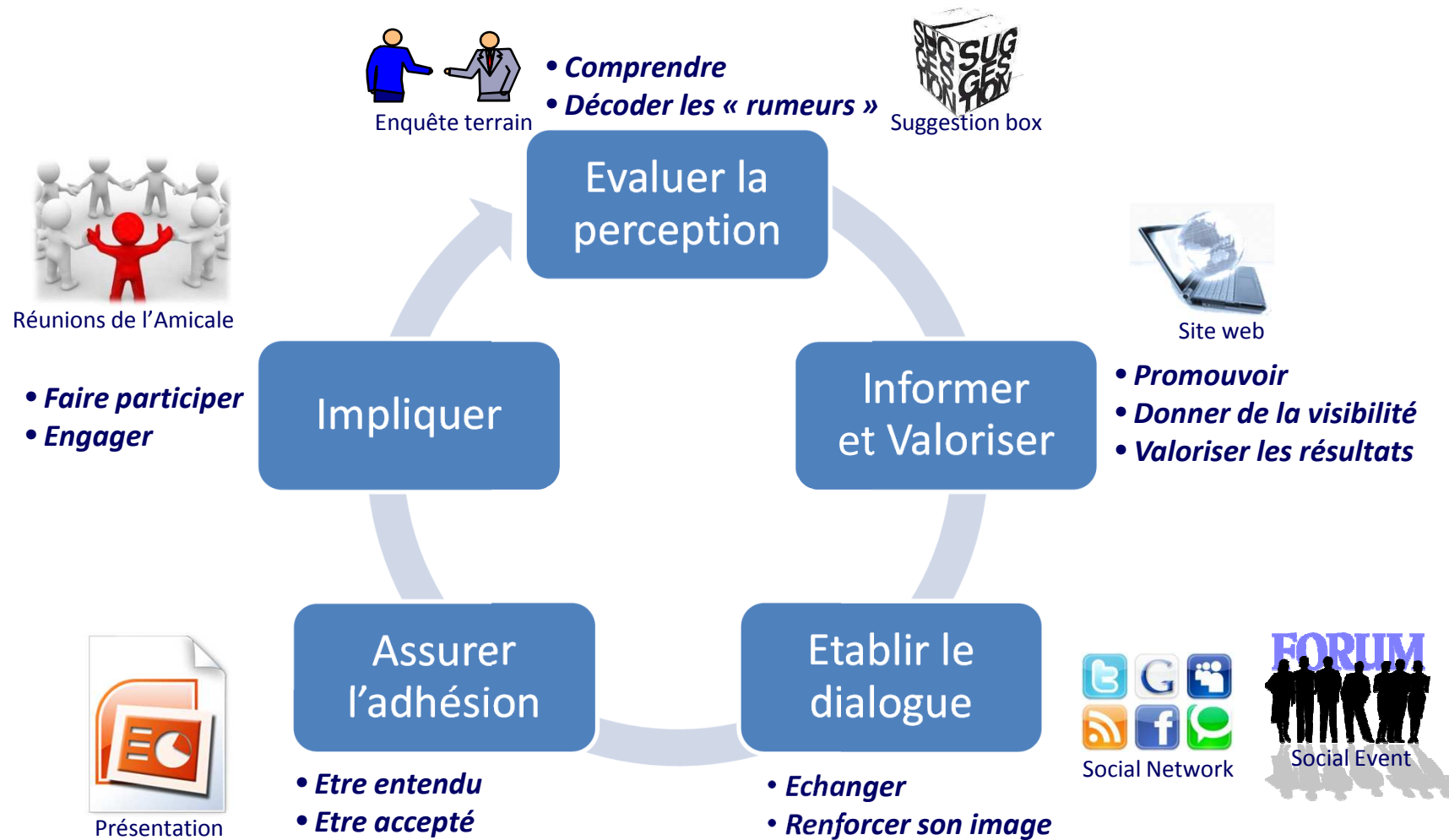
Comment communiquer efficacement ?

- 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>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

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.