

FICHE OUTIL

LES BASES DE LA COMMUNICATION

Comprendre pourquoi et comment bien communiquer dans un club de hand, même avec peu de moyens ou de temps !

✓ Pourquoi communiquer ?

Une bonne communication permet de :

- Informer vos licenciés, parents, bénévoles et partenaires
- Créer du lien et renforcer l'esprit club
- Valoriser vos équipes, vos actions et vos bénévoles
- Attirer des partenaires ou des subventions
- Recruter des joueurs, des arbitres, des jeunes, des bénévoles et des entraîneurs

🎯 À QUI S'ADRESSE VOTRE COMMUNICATION ?

Public cible	Messages à faire passer	Canal conseillé
Licenciés (joueurs)	Matches, entraînements, convocations, actus ...	WhatsApp, affichage, Insta
Parents	Infos pratiques, planning, événements	Facebook, mail, affichage, Whatsapp
Partenaires	Visibilité, retombées, résultats	LinkedIn, mail, site web
Collectivités	Impact local, actions citoyennes, événementiel	Site, presse
Grand public	Résultats, événements, vie du club	Réseaux sociaux, presse


📁 QUELS OUTILS ?

Canal de communication	Pour quoi faire ?	Public cible	Avantages
WhatsApp / SMS	Convocations, changements de dernière minute, urgences	Joueurs, parents, entraîneurs	Rapide, direct, ouvert à tous
Email / Newsletter	Infos pratiques, actualités du club, infos partenaires	Parents, partenaires, institutionnels	Plus formel, peut contenir beaucoup d'infos
Site internet	Centraliser les infos, calendrier, résultats, sponsors	Tout public	Référencement Google, image sérieuse
Affiches / flyers papier	Annoncer un événement, un match, une porte ouverte	Grand public local	Visibles, pas besoin de technologie
Affichage au gymnase / salle	Planning, événements, informations internes	Licenciés, entraîneurs, parents	Accessible à tous ceux qui viennent à la salle
Facebook	Infos du club, événements, photos de matchs	Parents, public adulte, anciens licenciés	Portée locale, partages faciles
Instagram	Moments forts, ambiance, visuels de matchs	Jeunes, supporters, partenaires	Très visuel, bon pour l'image du club
TikTok (optionnel)	Contenus fun, coulisses, défis	Jeunes, joueurs	Viralité possible, attractif pour les ados
Presse locale / radios	Résultats, événements marquants, portraits	Grand public, collectivités	Donne de la légitimité et visibilité large
LinkedIn	Mettre en avant les partenaires, actions RSE, bénévolat	Partenaires, institutionnels	Image pro, utile pour les subventions



● LES ERREURS À ÉVITER

- Trop de messages différents (noient l'info)
- Pas de visuel = peu d'impact
- Messages internes diffusés en public
- Aucun canal de contact clair
- Laisser un canal mort (Facebook inactif depuis 1 an...)

✓ EN RÉSUMÉ :

- **Définissez vos objectifs** : pourquoi et pour qui vous communiquez ?
- Choisissez **2 ou 3 canaux** à animer régulièrement
- Impliquez une petite équipe (jeunes, parents, bénévoles)
- **Créez des habitudes** : un post par semaine, un affichage à jour, etc.