

# Comment communiquer autour de mon offre de service

*Vos publics ont besoin de vous mais concevoir des ateliers et des accompagnements ne suffit pas, il vous faut maintenant vous faire connaître.*

*Cette fiche vous donne quelques bonnes pratiques de communication pour atteindre vos publics et les informer sur vos engagements envers eux.*

*Voici quelques clés et ressources pour vous aider.*

**Rédacteurs** Le Chaudron

**Mise en forme** La Mednum

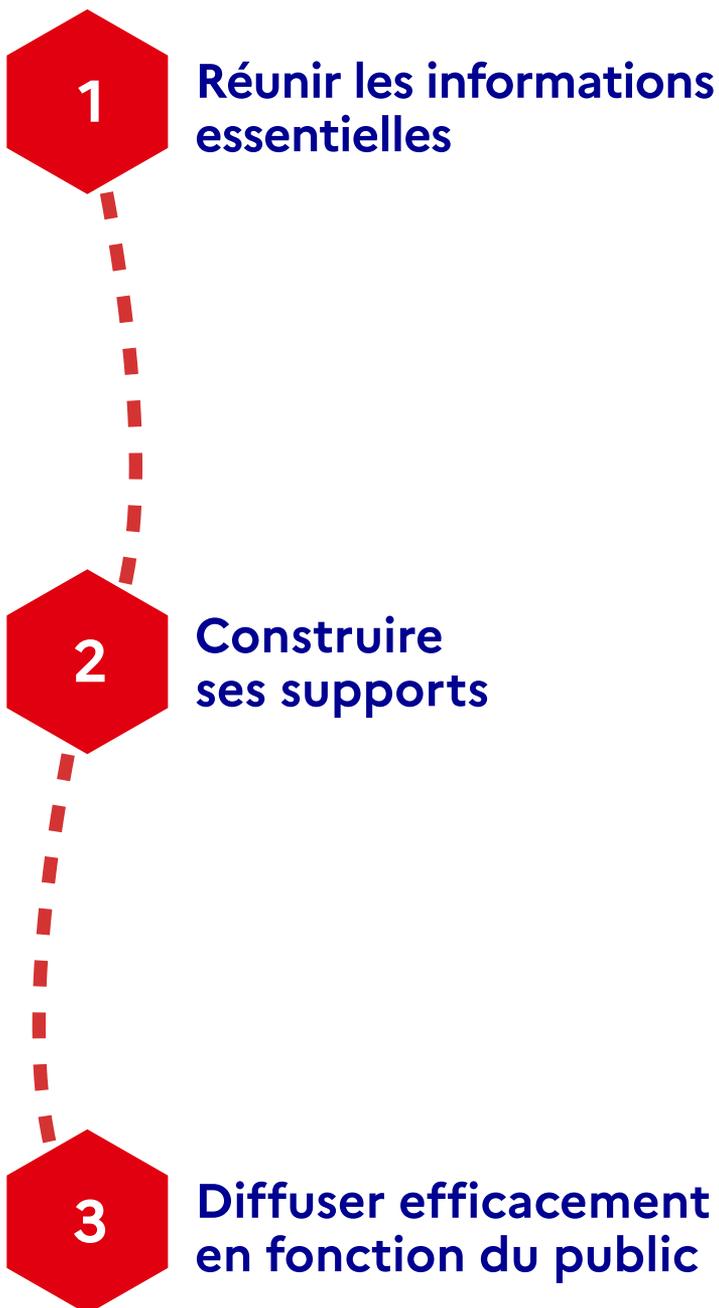
**Coordination** Jeanne Piacentino, Banque des Territoires

**6 pages** - Temps de lecture estimé : 7 minutes

Dernière mise à jour le 27 Mars 2023

## Sommaire

## La comm' en 3 étapes clés



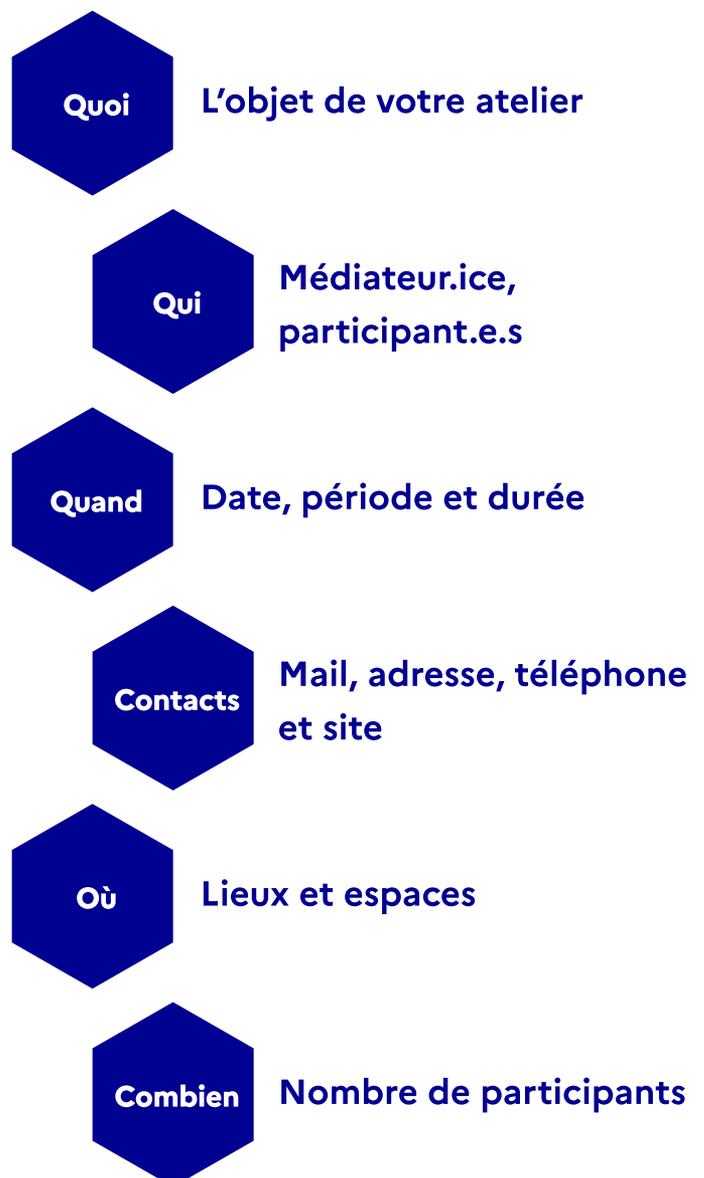
## Chapitre 1

## Réunir les informations essentielles

Lorsque vous concevez votre offre de service, **pour vous, c'est limpide et logique** : vous savez ce qu'il se passe, quand cela se passe, où, etc.

**De l'extérieur, c'est autrement plus complexe.**

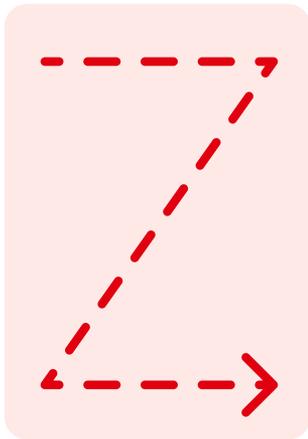
Gardez à l'esprit que votre public ne vous connaît pas et que **ce que vous lui proposez doit apparaître clairement**. Nommez vos ateliers sobrement, décrivez les avec des phrases courtes et rassemblez les informations pratiques de manière visible.



## Chapitre 2

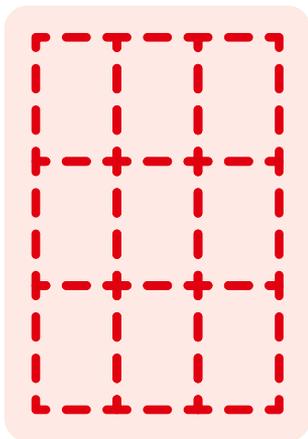
# Construire ses supports

Pour vous aider et vous servir de guide, utilisez le kit de communication des Conseillers numériques et les **quelques règles de composition** ci-dessous.



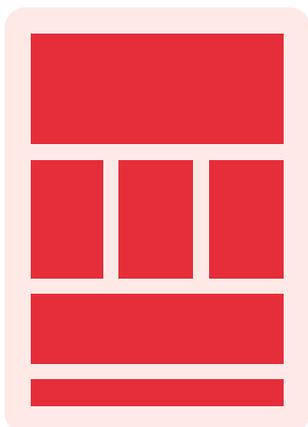
## La lecture en Z

C'est le chemin naturel de l'œil devant un visuel



## La règle des tiers

Elle permet de composer son affiche, cette règle est surtout importante en photo mais elle est aussi un bon guide pour un flyer



## La structure bloc

Quant aux blocs, ils structurent l'information de manière plus précise, l'exemple donné peut être modifié en fonction de la quantité d'informations à présenter.

Il existe plusieurs outils pour la création graphique, certains sont payant comme le célèbre **Photoshop**, certains sont en freemium comme **Canva** et d'autres sont libres et gratuits comme **Gimp**.

Le flyer présenté respecte **la lecture en Z** et a été découpé en **lignes et colonnes** pour structurer l'information.



- 1 Le gabarit utilisé est inclus dans le kit de communication Conseiller numérique.
- 2 La photo vient d'une banque d'images libres de droit (en l'occurrence <https://unsplash.com/>).
- 3 La police d'écriture est celle de la charte du dispositif Conseiller numérique (Marianne), tout comme cette fiche pratique.
- 4 Les informations essentielles.
- 5 Les logos financeurs et partenaires.

## Chapitre 3

# Diffuser sur les canaux adaptés aux publics

La dernière étape et sûrement la plus importante : **toucher vos publics !**

Pour cela, il faut vous **poser les bonnes questions sur les habitudes** de ces derniers en fonction de leur âge et de leur habitus sociologique.

Par exemple, vous toucherez plus facilement des personnes âgées en mettant vos flyers en évidence dans des boulangeries.

## Plusieurs lieux possibles

### Les médias

**Les journaux citoyens, radios associatives, TV locales et correspondants de la presse quotidienne régionale** ont toujours besoin d'infos et c'est l'occasion de parler d'inclusion numérique au plus grand nombre.

### Les supports papier

Mettez-en dans des lieux stratégiques : **agences Pôle Emploi, CCAS et commerces de proximité.**

### Le site web

**Alimentez ou créez l'agenda du site de votre structure**, demandez un focus en page d'accueil sur les temps forts.

### L'employeur et les partenaires

**Sollicitez votre employeur pour relayer l'offre de service et la rendre lisible auprès des acteurs institutionnels du territoire et activer son réseau de partenaires.** De façon générale, profitez des outils et canaux de communication de votre employeur pour relayer plus largement (événements, instances, rencontres auprès de partenaires...).

## Les réseaux sociaux

**Préférez les réseaux sociaux pour atteindre un public plus jeune** même si tous les âges sont concernés.

### L'e-mailing

**N'ayez pas trop d'attentes** : si vous avez 1000 inscrits et que 5 personnes viennent grâce à ce canal c'est super. Considérez l'e-mailing davantage comme un ancrage mémoriel en complément des autres canaux.

### Les salons et foires

Les événements vous donnent **une visibilité auprès du public mais aussi auprès de partenaires potentiels.**



## Comment aller au plus proche de son public ?



### Bonnes pratiques

- **Mettre des affiches dans les salles d'attentes de médecin, halls d'administrations... ;**
- **Se rendre dans les marchés et supermarchés ;**
- **Se rendre dans des événements locaux ;**
- **Se mettre à leur place en déterminant des profils types d'usagers.**

## Chapitre 4

# Témoignage de terrain



## Témoignage de terrain

« **Tester tous les endroits et canaux où il y a une concentration d'activité** : événements locaux, marchés, halls de supermarchés, salles d'attentes de médecin, tractage sur les plages... »

« **Identifier les espaces vécus par le public permet de relayer son offre de service** au plus grand nombre et notamment au public qui n'est pas forcément réceptif aux canaux classiques. »

« Les actions de communication ont été mises via **un plan d'action trimestriel élaboré par la Chargée de communication**. Ce qui a permis une charte cohérente, de la visibilité et une communication lissée sur l'ensemble du territoire. »

« **S'appuyer sur son réseau** : partenaires, prescripteurs et décideurs locaux permet aussi de relayer votre offre de service. »

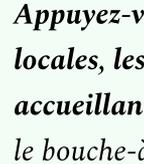
Propos recueillis auprès de Marley, responsable de l'animation territoriale Conseiller numérique à Hubikoop en Nouvelle-Aquitaine

## Chapitre 5

# Retours d'expériences de conseillers numériques



**Rassurez vos usagers** avec une charte graphique officielle bien définie et adaptez votre lexique au public visé !



**Appuyez-vous sur les associations locales, les élus, les structures accueillant du public** et encouragez la bouche-à-oreille !



**Variez les supports et les objectifs de communication**, favorisez l'aspect ludique et appuyez sur l'accueil et sa qualité !



**Communiquez sur les usages des publics** pour ne pas effrayer avec le numérique et le lexique expert.



**Parlez aux publics dans les termes de leurs objectifs finaux.**

Propos recueillis auprès de conseillers numériques à NEC (Numérique en Commun[s]) à Lens en 2022



## Bonnes pratiques

**Adaptez le style visuel** à votre public et **respectez**

**les critères d'accessibilité :**

- Police plus grande pour les personnes âgées
- Contrastes élevés pour les personnes en situation de handicap visuel
- Affichage à hauteur d'œil pour les personnes en fauteuil.

**Relisez plusieurs fois** vos supports avec vos collègues avant impression ou diffusion pour éviter les fautes ou les oublis.

**Utilisez le kit de communication** Conseiller numérique avec des gabarits prêts à l'emploi pour vos flyers et visuels réseaux sociaux.

**Relayez au maximum dans les événements locaux** pour être en lien direct avec votre territoire et les bons partenaires.

