

ATELIER 2

Les outils de développement d'une association





SOMMAIRE

- **Définir un modèle de ressources**
- **Mon positionnement : mon projet de club**
- **Mes services et produits (mix marketing)**
- **Mes gestions de tâches**
- **Communication externe**
- **Lien avec COMITI**
- **Conclusion**

QUI SOMMES-NOUS ?

Arnaud ROUSSEL
Fondateur de COMITI



Eloïse CAMPS
Chargée de développement associatif

OBJECTIFS

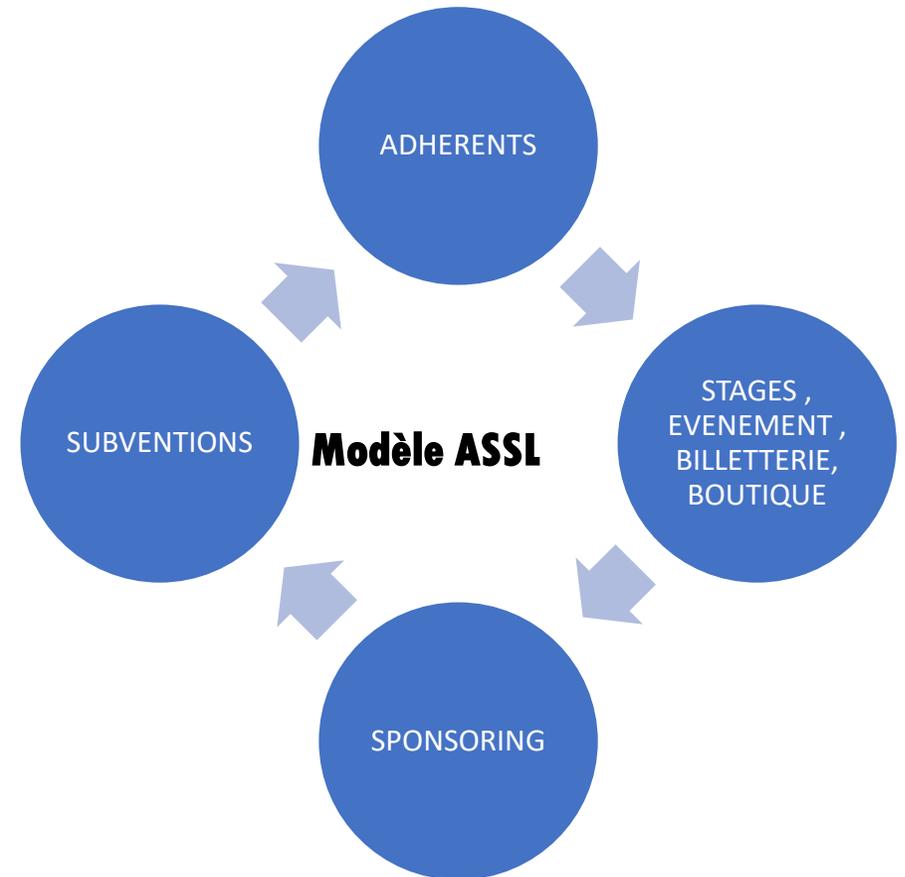
- Définir son positionnement de club
- Gérer ses tâches quotidiennes
- Savoir bien communiquer



1. MODELE DE RESSOURCES

« Le modèle économique des clubs (...) est un modèle de revenus mais également de coûts en rapport avec leur objectif. Il peut être défini comme la recherche d'un équilibre entre revenus, coûts et objectif, ce dernier pouvant varier : optimisation du profit, des résultats sportifs sous contrainte d'équilibre budgétaire, sous contrainte budgétaire « molle ».

Wladimir ANDREFF



2. DEFINIR MON POSITIONNEMENT DE CLUB

La philosophie de mon association

Mission : pourquoi l'association existe ?

Vision : domaine d'activités stratégiques

Caractère : polyvalent, professionnel, ouvert à la nouveauté

Valeur : autonome, confiance, responsable, efficace

**INNOVER
IMAGINER
AGIR**

Et vous quelle est la philosophie de votre club ?

QU'EST-CE QU'UN POSITIONNEMENT ?

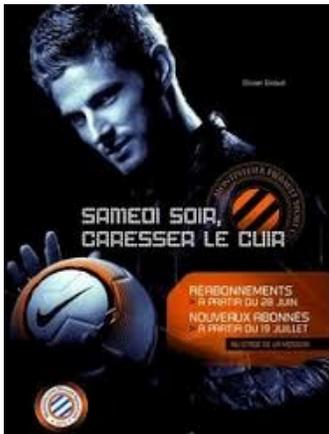
Le Positionnement : c'est ce que va concrètement proposer l'association, en quoi elle va être différenciante pour les usagers.

- 1. Vision, Mission, Caractères, Valeurs**
- 2. 5 grandes familles du positionnement = ce que l'on propose aux usagers**

Performance	→	Qualité, dépassement de soi, rigueur
Economie	→	Rentabilité
Services	→	Qualité d'accueil, d'écoute
Signe	→	Signe
Plaisir	→	Emotions

QUELQUES EXEMPLES DE POSITIONNEMENT

Club de football MHSC (Montpellier)



2011-2012



2013-2014



MHSC: La famille (signe) / Le plaisir

QUELQUES EXEMPLES DE POSITIONNEMENT

Club de Waterpolo (Montpellier)



2014-2015



2017-2018

MWP : « l'eau comme terrain de jeu »

Performance / Plaisir / Service

3. MES PRODUITS, MES SERVICES

Chaque discipline sportive doit trouver son intérêt

Produit : créer une idée pour répondre à votre public

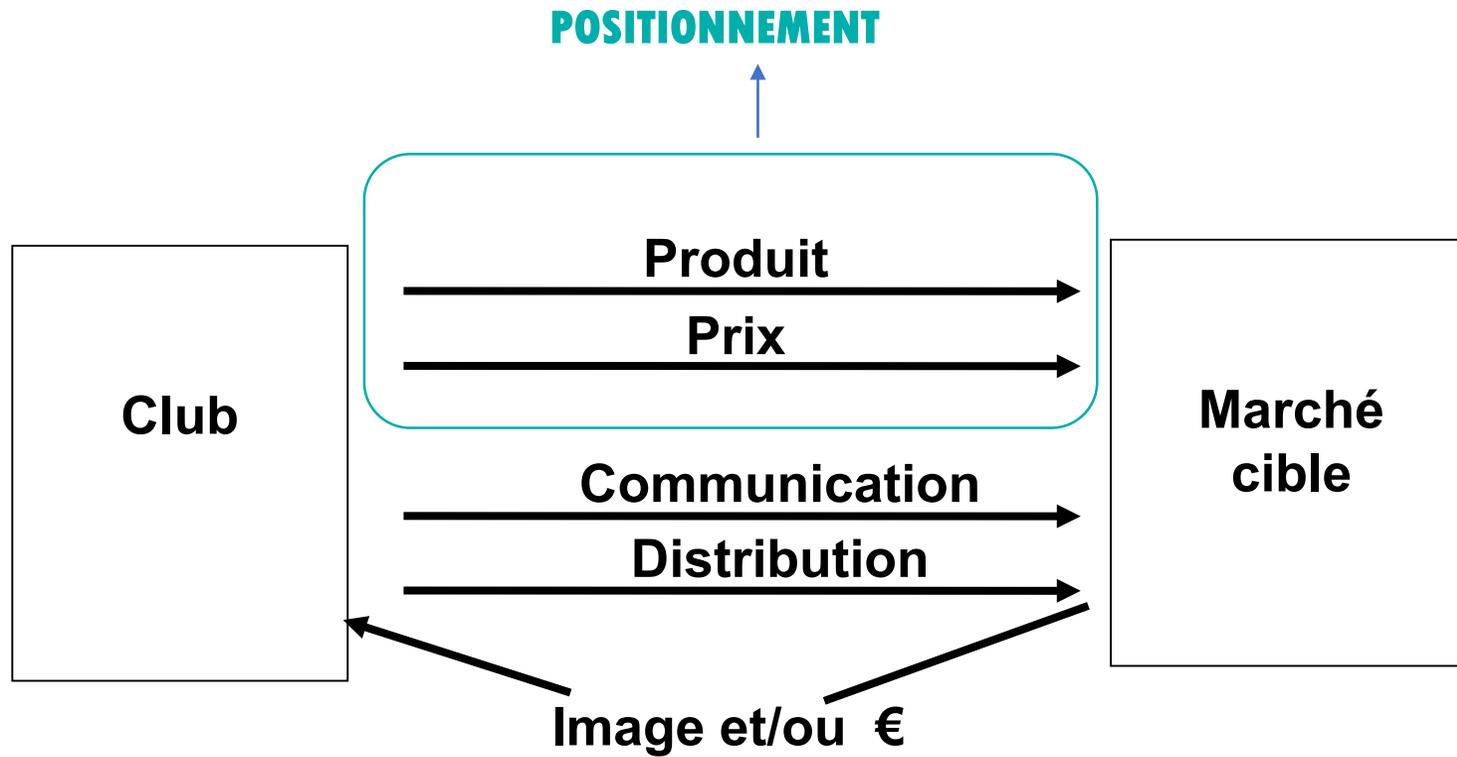
Prix : condition d'obtention

Communication : corporate/produits ou média/hors média

Distribution : comment j'engage ma communauté

**À
quoi sert-on ?**

En schéma ça donne quoi ?

**Schéma Mix Marketing**

4. GERER MES TÂCHES

1. Définir les tâches en interne, qui fait quoi ?
2. Utiliser des outils qui permettront une meilleure gestion

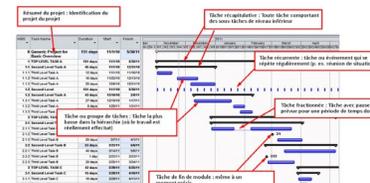


Prévoir et anticiper mes activités



Partager mes documents et communiquer en interne

Autres outils



5. SAVOIR BIEN COMMUNIQUER

1. 7 principes fondamentaux

- **Existence (traduite par une image, un logo, une signature)**
- **Continuité (action qui dure dans le temps = réseaux sociaux)**
- **Différenciation**
- **Clarté (message simple, intuitif, efficace)**
- **Déclinaison (s'adapte sur plusieurs supports, flyers, roll-up, bannières)**
- **Cohérence (objectif à atteindre)**
- **Acceptabilité (accepter par les membres du bureau et le public)**

5. SAVOIR BIEN COMMUNIQUER

2. Canaux de communication

- Supports médias : télévision, radio
- Supports hors média
- Communication interne : groupe What's App
- Communication externe : réseaux sociaux
- Marketing direct : mail, sms, base de données

5. SAVOIR BIEN COMMUNIQUER

3. AIDA = TECHNIQUE COMMERCIALE

Attention

Intérêt

Désir

Action

Notoriété

Image

Trafic

Spectateurs

Supporters

Fans

CAS PRATIQUE 2

Si la création de compte COMITI n'a pas été faite, scannez le QR code



Renforcer le lien entre le club et ses adhérents



CAS PRATIQUE 1

Définir son positionnement sur une activité créée ou en réflexion

- **ETAPE 1 : INTEGRER LA PHILOSOPHIE DE VOTRE CLUB**
- **ETAPE 2 : PROPOSER LES TACHES ET MISSIONS SUR COMITI**
- **ETAPE 3 : PROMOUVOIR UN NOUVELLE ACTIVITE**
- **ETAPE 4 : INFORMER VOTRE COMMUNAUTE INTERNE, EXTERNE**

COMITI FORMATION

Les Ateliers COMITI DU GESTION DE CLUB

Si vous souhaitez plus d'informations, contactez-nous sur contact@comiti-asso.fr !