AXE 2 – Communication

Action 2.1 – Communication interne

Objectifs :

- Maintien et systématisation de la lettre d'infos mensuelle
- Amplifier le réseau des destinataires de la lettre d'infos de Cotravaux
- Wiki : centre de ressources pour le réseau (appropriation)
- Site internet : lisibilité et simplification

Groupe de travail :

Administrateur référent :
Salariés : L'équipe nationale

Partenaires techniques et financiers pressentis :

- Animacoop sur le wiki
- Thierry sur wiki et wordpress

Éléments financiers prévisionnels (à titre indicatif) :

- Co-financement formation potentiel

Contexte et problématiques :

Problèmes parfois pour la date de sortie et la structuration de la lettre d'infos
Notes d'actus lourdes : docs prépa uniquement sur les points à l'ODJ des réunions d'instances
Site internet pas funky, vieillot, qu'il faut repenser en passant par un wordpress, en ayant au préalable identifier les attentes et les besoins des membres nationaux et régionaux

Plan d'actions :

Demander à chaque personne formée ou autre autorisation pour recevoir la lettre d'infos.
1 lettre d'infos par mois, date fixe (début du mois)
Temps équipe : structurer le Wiki / création site internet
Formation Wiki individualisé pour équipe : Thierry
Formation réseau Wiki : utilisation de bases techniques (voir attentes et besoins des régions notamment)
Docs prépa d'instances systématisés en lien avec les points à l'ODJ
Site internet : tri et sélection des pages, définition de l'arborescence, attentes et besoins des membres régionaux (mini sites régionaux, etc.) mais également aux associations nationales (chantiers, propositions, etc)

Indicateurs de suivi :

- Nombre de lettres d'informations envoyées et suivi des ouvertures

Temporalité

Eté 2023 : création site internet

État d'avancement

En cours

AXE 2 – Communication

Action 2.2 – Communication externe

Objectifs :

- Mutualiser des ressources de communication au niveau des Cotravaux en région et national
- Gagner du temps dans l'élaboration de nos docs de communication
- Structurer une stratégie de communication commune entre Cotravaux national et les Cotravaux régionaux

Groupe de travail :

Administrateur référent :

Salariés : Loïce et l'équipe nationale

Partenaires techniques et financiers pressentis :

- Thierry (site internet)
- Cotravaux régionaux
- Animacoop (formation)

Éléments financiers prévisionnels (à titre indicatif) :

- Co-financement formation

Contexte et problématiques :

Beaucoup de ressources de communication non partagées et non à jour

Pas de centre de ressources commun avec les Cotravaux régionaux : tout le monde refait sa plaquette de son coté : perte de temps et d'énergie

Pas de stratégie de communication commune

Plan d'actions :

Formation 25 et 26 octobre : mettre en commun l'ensemble des éléments de communication déjà réalisés

Élaboration d'une stratégie de communication national/régions, et d'une charte graphique en partant de ce qui a été travaillé pendant la formation

Création d'un nouveau Site internet

Indicateurs de suivi :

-Formation réalisée ou non

Temporalité

2022 : Formation stratégie de communication

2023 : charte graphique et site internet

État d'avancement

En cours

AXE 2 – Communication

Action 2.3 – Campagne grand public

Objectifs :

- Appréhender si on la maintient ou si on supprime la campagne
- Développer de nouveaux partenariats en lien avec la cible jeune adulte (établissements scolaires, universités, structures d'accompagnement, etc.)
- Repenser format suivant attentes et évolutions des besoins des publics concernés

Groupe de travail : Groupe Campagne

Administrateur référent :

Salariés : Philippe et Loïce

Partenaires techniques et financiers pressentis :

Éléments financiers prévisionnels (à titre indicatif) :

- Subvention Mairie de Paris

Contexte et problématiques :

Campagne grand public
Manque RH sur le suivi des campagnes, manque de conviction partagée
Manque de communication autour des Campagnes
Faible participation au regard de l'investissement de l'équipe salariée et du Groupe Campagne

Plan d'actions :

Avoir des moyens humains : alternant-e, VSC, etc.
Mobilisation des associations via le Groupe Campagne
Développement de partenariats : communication, visites, rendez-vous, informations et sensibilisation…dans les structures en lien avec des jeunes adultes
Participations à des salons/forums (en lien avec nos thématiques : jeunesse, emplois, orientation etc.) et notamment en régions

Indicateurs de suivi :

Temporalité

Septembre 2022 : accueil alternante
Printemps 2023 : campagne grand public 2023
2022/2023 : développement de partenariats et participation à des événements

État d'avancement

En cours

AXE 2 – Communication

Action 2.4 – Campagne pro

Objectifs :

- Développer de nouveaux partenariats
- Faire monter en puissance la campagne pro
- Développer un axe de formations à destination des professionnels de jeunesse

Groupe de travail : Groupe Campagne

Administrateur référent :

Salariés : Philippe et Loïce

Partenaires techniques et financiers pressentis :

Éléments financiers prévisionnels (à titre indicatif) :

- Subvention Mairie de Paris

Contexte et problématiques :

Groupe Campagne dynamique et force de propositions

Des professionnels de jeunesse répondant présents aux événements

Manque de suivi des partenaires

Plan d'actions :

1 journée en visio, 1 journée en présentiel

Lien dans l'année avec les professionnels de jeunesse à développer (avril pendant la saison des inscriptions, etc.)

Mailings ciblées : échéances, opportunités, témoignages, etc. + temps visio sur le déjeuner à destination des pros pour répondre à leurs questions

Développer des formations à l'externe (missions locales, etc.)

Indicateurs de suivi :

Temporalité

Septembre 2022 : accueil alternante
Début 2023 : campagne pro 2023
Fin 2023 : premières formations à l'externe pour les pros

État d'avancement

En cours