



Reporting BDS EFAP Factory 2022

Pour Résumer

Nous avons choisi de nous pencher sur une nouvelle stratégie de communication, afin de devenir une association de l'Efap qui fait parler :

- *Pour commencer , en interne nous avons commencé à réfléchir sur une nouvelle charte graphique cohérente pour toute communication.*
- *Ensuite, nous avons mené une réflexion sur des événements à effectuer, d'ailleurs nous sommes en pleine action pour effectuer les actions sur lesquelles on a travaillé.*
- *En externe, la communication autour de notre récent partenariat avec Tlm Volley de Tourcoing a été réalisée. De plus, nous sommes en discussion avec l'équipe BDS ISCOM pour un projet commun. En outre, nous sommes en discussion pour un événement avec le fondateur d'Evendia afin de conclure un partenariat*

L'objectif pour l'année prochaine, ça serait de peut-être se lancer sur des actions webs telles qu'une réflexion sur le Référencement; Ou de se lancer sur des actions visant le marketing direct avec la création de sweat et de flyers

Action menés

- *Rédaction de projets concrets*
- *Partenariat et communication autour*
- *Créer une nouvelle charte graphique de publication et*
- *Tenir d'une Newletters sportif*
- *Publication/Story/ Réels sur l'univers sportif*
- *Interaction avec nos abonnés*
- *Entretient des relations entre les associations des autres écoles*

Exemple de certains projet lors de L'EFAP FACTORY

Projet Kohlanta

LE CONCEPT

Les fans de Koh-Lanta vont être ravis ! Vous qui rêvez de participer à l'effroyable épreuve des poteaux : votre rêve sera bientôt exaucé.

Sur les traces d'un célèbre jeu, vos équipes s'affrontent sur différentes épreuves. 6 épreuves au choix. 1 épreuve imposée. 1 collier d'immunité. Quelle équipe saura relever tous les défis de l'Aigle. Quelles seront les épreuves au menu ? Il ne manque plus que Denis Brogniart pour que l'expérience soit complète...

OBJECTIFS

COHESION	■ ■ ■ ■ ■
LUDIQUE	■ ■ ■ ■ ■
DECOUVERTE	■ ■ ■ ■ ■
RECOMPENSE	■ ■ ■ ■ ■
COACHING	■ ■ ■ ■ ■

IMPLICATIONS

DYNAMIQUE	■ ■ ■ ■ ■
REFLEXION	■ ■ ■ ■ ■
CREATIVITE	■ ■ ■ ■ ■
HABILETE	■ ■ ■ ■ ■
SPORTIF	■ ■ ■ ■ ■

LIEU

Lille, France

tenu du projet

En Recherche de partenaire et en cours de discussion avec la mairie

Programme

Le RAID commence... Chaque équipe constituée se réunira pour l'aventure.

Après un bon échauffement, constitution vos équipes et endossement du foulard aux couleurs de celles-ci.

1 ERE ETAPE : Les participants commenceront par une épreuve d'immunité. L'équipe gagnante de cette épreuve obtiendra L'IMMUNITE qui lui permettra de gagner d'office et au choix une des épreuves suivantes.

2 EME ETAPE : Chaque équipe partira s'affronter sur les différentes épreuves afin d'obtenir un maximum de points.

3 EME ETAPE : Dernière épreuve : Le Jeu du Poteau.

Toutes les équipes sont réunies pour participer ensemble à la dernière épreuve. Les équipes affrontent une équipe différente à chaque rotation. Bonne humeur garantie !!!

Proposition de la Communication via Insta

L'idée de Projet

Montrer à travers des réels et des publications instagram que le BDS est une structure ayant pour objectif l'offre de pratique sportif mais aussi d'offrir une manière ludique de découvrir l'univers sportif (à l'instar de notre mascotte l'aigle qui symbolise l'intelligence et l'action).

OBJECTIFS		IMPLICATIONS	
COHESION	■ ■ ■ ■ ■	DYNAMIQUE	■ ■ ■ ■ ■
LUDIQUE	■ ■ ■ ■ ■	REFLEXION	■ ■ ■ ■ ■
DECOUVERTE	■ ■ ■ ■ ■	CREATIVITE	■ ■ ■ ■ ■
RECOMPENSE	■ ■ ■ ■ ■	HABILETE	■ ■ ■ ■ ■
COACHING	■ ■ ■ ■ ■	SPORTIF	■ ■ ■ ■ ■

Objectif en ligne

En communiquant sur les réseaux sociaux de manière disruptifs, le BDS souhaitent développer la notoriété ou visibilité du compte Insta afin de fédérer une communauté d'initié et non d'initié sportif par des posts réguliers puisque l'algorithme d'instagram favorise les réels et les publication réguliers mais aussi l'utilisation d'hashtag. Grâce à ce concept de publication, notre actuelle et future communauté apprendra à mieux connaître le monde du sport ainsi, ils feront sûrement plus attention à nos événement sportifs. Nous sommes conscients que notre communication externe

n'est pas assez poussée pour créer une fidélisation, malgré le fait que notre charte graphique est claire et que nos projets annoncés sur les réseaux sociaux se réalisent réellement. En effet, l'un des points négatifs de notre présentation instagram c'est qu'on ne voit pas forcément qu'il s'agit d'un compte d'une association sportif qui souhaitent démocratiser la pratique d'un sport (rendre accessible et compréhensible l'univers sportif).

Notre Cible

La cible serait pour commencer des membres de l'EFAP, donc des individus âgés entre 17 ans et 28 ans, peu importe son implication dans le sport. En effet, préciser la cible fut important pour nous, pour trouver la manière dont on doit communiquer afin de se positionner aux yeux de notre communauté, avec cette nouvelle cible, on peut gagner en notoriété grâce des publications qui touchent des valeurs ou des codes visuels auxquelles cette cible est sensible mais cela permet aussi de crédibiliser notre association en choisissant les valeurs adéquates. Puisqu'avec nos publication on souhaite créer un univers graphique distinguable des autres mais aussi attractifs aux yeux de notre coeur de cible actuel mais pour cela il faut choisir des valeurs spécifiques afin que nos publications touchent plus de monde

JADE

MATHIS

PHILIBERT

ANTOINE