**INTRODUCTION**

[ rouge = note perso, surlignage jaune = à revoir]

**PRESENTATION**

Ce projet a démarré au sein de l*’Access Code School*, un centre de formation aux métiers du numérique.

Une jeune athlète devait préparer les jeux paralympiques de *Paris 2024* et s’est confrontée à une problématique commune à tous les athlètes sans exception :

**OBJECTIF PROJET et QUESTION 1**

**La communication et la recherche de sponsors**

L’ère du numérique astreint les athlètes à une présence constante sur le Web.

L’absence de service de communication dans certaines fédérations encourage les sportifs à entreprendre eux même les démarches nécessaires.

Ce site présente un guide orientant les athlètes vers une communication actuelle et adéquate.

**OBJECTIFS SPORTIFS**

**VISIBILITE :**

Certaines disciplines méconnues sont mises en avant grâce aux athlètes et inversement.

Une bonne visibilité passe par l’acquisition d’une notoriété auprès d’un public ciblé comme général.

Celle-ci est précédée d’un bon suivi de celui-ci.

**SUIVI :**

Les informations des « Feeds » sur les réseaux sociaux alimentent la visibilité.

Une diffusion régulière permet un flux constant d’information et donc une proximité autrefois impensable.

L’intérêt suscité par un fort audimat incitera et convaincra les sponsors à s’impliquer dans la pratique sportive et de miser sur l’avenir du sportif.

**PROBLEMES**

Plusieurs facteurs entravent le bon développement de la communication du sportif, ceux-ci peuvent-être isolés ou interférer ensemble et donc avoir des incidences communes.

Les plus récurrents sont :

* *Le manque de maîtrise des outils informatiques :*

Une mauvaise connaissance des « pratiques » de communication.

Certains handicaps empêchent ou interfèrent avec l’utilisation régulière des outils.

La mauvaise orientation du sportif vers le bon outil média.

* *Les moyens financiers :*

Pouvoir faire appel à une équipe de communication, avoir un chargé de communication à temps plein, flyers, vidéo, photos peut vider rapidement un budget.

* *Le temps :*

Concilier sa pratique sportive, sa vie professionnelle (pour certains), sa vie personnelle et sa communication peut devenir difficile.

**SOLUTIONS**

**Clem**

|  |
| --- |
| Dans un premier temps, le sportif en quête de sponsors, peut démarcher des petites entreprises, journaux, ou encore des radios locales, car ceux-ci sont plus susceptibles de vous financer. |
|  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| De plus, il est intéressant de demander à son entourage de pousser au partage de ses réseaux afin de bénéficier d'un plus gros rayonnement.  L’utilisation de son réseau personnel pour débuter sa com est primordial, le but étant de l’étendre en utilisant les liens de 2em et 3em niveau (amis d’amis etc). On parle alors de réseau « local ». Les entreprises, radio et parfois services publics peuvent devenir des tremplins sociaux et donc accentuer sa visibilité.   |  | | --- | | Une « bonne tenue » des réseaux sociaux devient alors obligatoire, elle signifie |  |  | | --- | | - de belles phrases d’accroche, ni trop longues ni trop courtes, | |  |  |  | | --- | | - des photos de bonne qualité, | |  |  |  | | --- | | - ne pas hésiter à poster des vidéos, | |  |  |  | | --- | | - une régularité de post, | |  |  |  | | --- | | - ne jamais prendre position, rester neutre, | |  |  |  | | --- | | - évoquer l’actualité du sportif, qu’elle soit positive ou négative. | | -Parler à la premier personne -Vérifier les heures d’affluence de vues pour chaque outil (LinkdIn, Instagram etc)  - Vérifier les fautes d’orthographe/lourdeurs de phrase -Poster lors d’evenement sportif | |
|  |

|  |
| --- |
|  |
|  |

|  |
| --- |
|  |
|  |

|  |
| --- |
|  |
|  |

|  |
| --- |
| L'utilisation des RS cette décennie est devenu primordiale, il est donc necessaire qu'un sportif sache tenir ses réseaux sociaux et les actualiser. |
|  |

|  |
| --- |
| Cela permet au personnes interessées d'être en immersion dans sa vie sportive. |
|  |

|  |
| --- |
| En effet, une bonne tenue de ces réseaux sociaux signifie : |
|  |

|  |
| --- |
| - de belles phrases d'accroche, ni trop longues ni trop courtes, |
|  |

|  |
| --- |
| - des photos de bonne qualité, |
|  |

|  |
| --- |
| - ne pas hésiter à poster des vidéos, |
|  |

|  |
| --- |
| - une regularité de post, |
|  |

|  |
| --- |
| - ne jamais prendre position, rester neutre, |
|  |

|  |
| --- |
| - évoquer l'actualité du sportif, quelle soit positive ou négative. |
|  |

|  |
| --- |
|  |
|  |

|  |
| --- |
|  |
|  |

|  |
| --- |
|  |
|  |

|  |
| --- |
|  |
|  |

|  |
| --- |
|  |
|  |

|  |
| --- |
| Pour la recherche de sponsors, une des démarches possible est le dossier de sponsoring. Cette démarche consiste a décrire sur un support papier les besoins du sportif, mais aussi son buts, son parcours, éventuellement son palmares. |
|  |

|  |
| --- |
| Généralement divisé en 7 parties, on retrouve : |
|  |

|  |
| --- |
| 1 - Une page de garde, qui vous servira de vitrine, donc essayer de donner envie aux sponsors de lire votre dossier en utilisant : |
|  |

|  |
| --- |
| - une belle image de bonne qualité , |
|  |

|  |
| --- |
| - ainsi qu'un titre allant à l'essentiel, |
|  |

|  |
| --- |
| - la présence de votre logo si vous en possédez un, |
|  |

|  |
| --- |
| - ainsi qu'une date si cela fait référence a votre projet. |
|  |

|  |
| --- |
|  |
|  |

|  |
| --- |
| 2 - Une page de présentation de vous ou de votre équipe : |
|  |

|  |
| --- |
| - explication de qui vous êtes |
|  |

|  |
| --- |
| - description de vos compétences |
|  |

|  |
| --- |
| - votre role au sein de ce projet |
|  |

|  |
| --- |
| - les raisons qui vous pousse à la création de ce projet. |
|  |

|  |
| --- |
|  |
|  |

|  |
| --- |
| 3 - Une page de présentation de votre projet : |
|  |

|  |
| --- |
| - Aborder les origines de votre projet, |
|  |

|  |
| --- |
| - vos objectifs, |
|  |

|  |
| --- |
| - une description détaillé du projet avec indication de date si cela doit être spécifié, |
|  |

|  |
| --- |
|  |
|  |

|  |
| --- |
| 4 - Une page expliquant pourquoi des sponsors devraient vous soutenir : |
|  |

|  |
| --- |
| - Montrer en quoi le projet que vous êtes en train de monter, sera bénéfique pour les sponsors, |
|  |

|  |
| --- |
| - présentez qui sera la cible de ce projet, |
|  |

|  |
| --- |
| - N'hésitez pas a dévoiler votre stratégie de communication, |
|  |

|  |
| --- |
|  |
|  |

|  |
| --- |
| 5 - Une page consacrée aux sponsors : |
|  |

|  |
| --- |
| - Précision concernant l'aide attendue, si elle est financière, matérielle.. etc |
|  |

|  |
| --- |
| - Détaillez chaque offres, mais surtout ce dont le sponsor profite. |
|  |

|  |
| --- |
|  |
|  |

|  |
| --- |
| 6 - Une page budget : |
|  |

|  |
| --- |
| - Précision/détails concernant les besoins matériels et/ou financier. |
|  |

|  |
| --- |
|  |
|  |

|  |
| --- |
| 7 - Une page contact : |
|  |

|  |
| --- |
| - Présentez vos coordonnées |
|  |

|  |
| --- |
| - Présenter les logos des partenaires que vous possedez déjà, si c'est le cas. |
|  |

|  |
| --- |
|  |
|  |

|  |
| --- |
|  |
|  |

Enfin, il est parfois conseillé d'avoir son propre site web, son propre support.