

## Communiquer avec les adhérents

Pour informer vos adhérents, plusieurs moyens de communication existent.

### La communication à long terme

Elle permet de donner l'image d'une véritable union et d'un moyen de reconnaissance reconnu par tous. Elle vise à la fois les adhérents et non adhérents.

Elle est mise en place à travers différents éléments :

Le logo : Signe de reconnaissance qui permet aux interlocuteurs d'identifier rapidement l'association par le biais de l'image.

Le slogan : phrase courte qui donne en quelques mots l'engagement principal de l'association.

La signalétique : est le meilleur moyen de faire connaître le logo et le slogan de l'association (vitrophanies, to-tems etc.).

Le dossier d'adhésion : dossier délivré à un nouveau membre lors de son adhésion. Il contient les informations sur l'association nécessaires aux adhérents (pro-jet, date de création, noms des dirigeants, liste des membres, détails des actions passées et futures etc.). On y trouve aussi le bulletin d'adhésion.

Le journal de l'association : journal mensuel ou trimestriel dans lequel sont réunies les informations sur l'association et la vie associative. Le journal de l'association est destiné aux adhérents, mais il est tout à fait envisageable de le faire parvenir aux non-adhérents.

Le blog : journal de bord de l'association que l'on trouve sur Internet. Le blog peut contenir toute information choisie par son responsable.

### La communication au quotidien

L'union commerciale doit montrer son dynamisme chaque jour. Il est important que les commerçants, adhérents ou non-adhérents, soient au courant du moindre événement qui survient dans la vie associative.

Ils deviennent alors la cible de la communication à court terme. En effet ils sont les principaux intéressés par des événements qui les touchent directement ou

indirectement.

On entend par « communication à court terme » celle qui a pour but de créer un contact bref, et de donner des informations.

Le premier outil de communication avec les adhérents est le compte-rendu. En effet, il est fondamental de leur communiquer tout ce qui a été dit ou décidé lors d'une réunion. De même, ils ont besoin de recevoir des bilans dès la fin de chaque opération associative.

La communication à court terme est aussi un moyen de convier les membres à une assemblée.

Pour cela, plusieurs méthodes existent :

Le courrier: moyen de communication typique et sûr, mais peu rapide. Des logiciels de traitement de texte vous permettent via le publipostage de personnaliser chaque courrier.

Le fax : les commerçants sont souvent munis d'un fax. Cela constitue un moyen de communication rapide et efficace.

Les newsletters: lettres d'informations généralement diffusées par internet (e.mail). Elles regroupent les informations générales liées à l'association.

Les e-mails: courriers électroniques qui constituent un moyen de communication direct et rapide.

Les e-mails sont de plus en plus utilisés et sont considérés de la même manière que des courriers sur papier. De plus, ils permettent de mettre en place une liste de diffusion, qui pourra être utilisée pour tous les envois groupés.

Les SMS : court message textuel transmis par téléphone portable. Le SMS est une solution rapide et moderne de diffuser des informations.

L'envoi groupé de SMS depuis votre téléphone ou à partir d'internet est un moyen efficace et peu coûteux.

L'échange avec les adhérents réside dans la transmission d'informations le plus régulièrement possible. Il est recommandé de créer une base de données des adhérents et de la tenir à jour.