

PROMOUVOIR ET VALORISER SON CLUB- FICHE N°COM 03

JUILLET 2016

## EXEMPLE D'UN PLAN DE COMMUNICATION POUR UN EVENEMENT

**Plan  
média**

<b>Affichage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campagne zone de chalandise nombre de faces à déterminer entre 4*3, 3.20*2.40 et 120*176...</li> <li>• Possibilité de faire 2 campagnes : une à l'ouverture de la billetterie, l'autre vers j-15</li> </ul>
<b>Radio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campagne de spots publicitaires idéalement de J-30 (ou J-15) à J</li> <li>• Au minimum 4 spots/jour (+ jeux pour faire gagner des places )</li> </ul>
<b>Presse</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campagne en PQR (+ jeux pour faire gagner des places).</li> <li>• Pages dans la presse spécialisée.</li> <li>• Pages dans les journées des collectivités et partenaires.</li> </ul>
<b>Affichage petits formats (40x60)</b>	Commerces de proximité, clubs, établissements scolaires, DDJS, points jeunes et autres sites stratégiques
<b>Tractage</b>	Evènements sportifs, zones commerciales, mise à disposition dans des lieux stratégiques, (point jeunes...), zone de chalandise, carte postales ou leaflets.
<b>Animations Terrain</b>	Journées portes ouvertes dans les clubs, animations dans les établissements scolaires ou sur les parkings des centres commerciaux...
<b>Mailing clubs (ou e-mailing)</b>	Envoi d'un mailing à tous les clubs de la zone de chalandise avec offre tarifaire prioritaire et/ou privilégiée
<b>Mailing licenciés (e-mailing)</b>	Envoi d'un mailing à des licenciés ciblés (en fonction de leur âge, de leur discipline de prédilection, de leur zone géographique...)
<b>Conférence de presse</b>	Voir fiche conférence de presse
<b>Suivi des relations presse</b>	Envoi de communiqués réguliers, envois de photos libres de droit.

**Promotion  
terrain**
**Marketing  
direct**
**Relations  
presse**