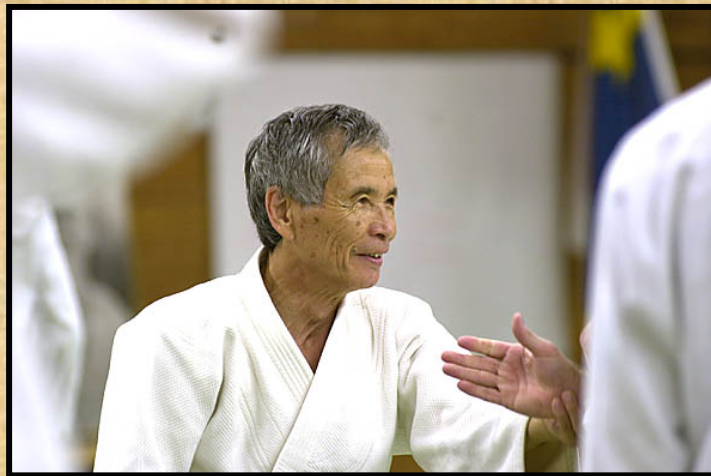




# Promotion des Clubs



Conception et réalisation  
 Département Communication  
 Ligue du Lyonnais Aïkido F.F.A.B.



## Promotion des Clubs

Ce diaporama sur la Promotion des clubs est disponible dans la page Infos > Téléchargements du Site FFAB : [www.ffab-aikido.fr](http://www.ffab-aikido.fr)

Cette présentation à le mérite de nous éclairer sur les raisons essentielles à la promotion d'un club.

La promotion et la fidélisation sont des éléments essentiels au développement et à la pérennisation d'un club.

Cette analyse permet :

- de porter un regard sur nos comportements en matière de promotion de nos clubs
- de se poser les bonnes questions sur nos pratiques
- de se fixer des priorités sur les actions à conduire

Ce document a été réalisé par : Erick Lucat Expert en communication et marketing des entreprises et Jean Gabriel Brando responsable du départ. Communication de la ligue du Lyonnais, (tous deux sont enseignants d'Aïkido).

Mise en page : Michel Gillet (email : [michel.gillet@wanadoo.fr](mailto:michel.gillet@wanadoo.fr))

**Ligue du Lyonnais Aïkido FFAB**

**44, rue Pierre Delore**

**69008 LYON**

Email : [aikido.llab@wanadoo.fr](mailto:aikido.llab@wanadoo.fr) ou [michel.gillet@wanadoo.fr](mailto:michel.gillet@wanadoo.fr)



# AIKIDO

## La promotion des clubs

- clubs en activité
- création de clubs



# Pourquoi promouvoir vos clubs ?

Alors que :

« je suis connu dans la région ! »

« mon club existe depuis 15 ans ! »

« je suis le seul club dans les alentours ! »



# 3 raisons essentielles à la promotion des clubs

1/ 1 'aïkido est une discipline sportive comme une autre aux yeux du débutant.

**Elle rentre donc en concurrence avec X autres activités et même avec d'autres fédérations d 'aïkido.** (plus de 100 sports répertoriés dans le guide du sport à Lyon...)

**Objectif: LA VISIBILITE**



## 3 raisons essentielles à la promotion des clubs

2/ le renouvellement de la population de pratiquants est important. Chaque année l'objectif de recrutement à la rentrée est la condition sine qua none d'existence des clubs (50% de renouvellement environ)

**Objectif:**

**L'ATTRACTIVITE/ LA FIDELISATION**



## 3 raisons essentielles à la promotion des clubs

3/ la promotion dépasse le cadre des pratiquants. En tant que responsables de clubs vous avez aussi comme interlocuteurs les pouvoirs publics, les associations... qu'il faut séduire, convaincre, rassurer.

### Objectif:

**L 'INTEGRATION AVEC L 'ENVIRONNEMENT**



# Comment promouvoir son club ?

Alors que :

« je n'ai pas d'argent »

« nous communiquons déjà depuis des années »

« ça ne sert pas à grand chose »





# La promotion d'un club doit répondre à une logique

- **La définition d 'objectifs clairs :**

fidéliser des pratiquants, attirer de nouveaux pratiquants, avoir les faveurs de telle collectivité locale... *lister et hiérarchiser vos priorités.*



- **La connaissance de votre « marché » :**

population, habitat, concurrence directe et indirecte, historique...etc. *Regarder votre marché avec des yeux neufs en restant objectif.*



- **Le choix d 'une stratégie opérationnelle :**

la sélection et l'utilisation d 'outils répondant à vos objectifs, au contexte de votre marché (cibles à toucher, stratégie concurrentielle...), et bien sur à vos moyens.



Sachez quand même :

- *que la répétition paye en communication*
- *quand vous trouvez un outil qui marche, utilisez le encore et encore*
- *que le bon sens prévaut sur tout*



# PROMOTION MODE D 'EMPLOI

- **Cas de la création d 'un club**

les objectifs :

- la notoriété
- l 'intégration à l 'environnement
- le recrutement



# •Cas création d'un club

## 1/ Quelques outils pour cibler l'environnement

### Le Tryptique

**UN ART MARTIAL ADAPTÉ AU MONDE MODERNE**

**Une discipline accessible à tous**

**Une Fédération structurée, reconnue internationalement**

**Une Fédération forte**

**Une Fédération présente**

**Une Fédération sportive**

**Une Fédération communautaire**

Fédération Française d'Aïkido et de Budo **AÏKIDO**  
Aïkikai de France

合気道


Siège social :  
Les Allées  
69 149 BRAS  
Tél. 04 98 05 22 28  
Fax 04 94 69 97 76

*diffusion: journalistes, élus, responsables locaux.  
privilégier la remise en main propre*



# •Cas création d'un club

## Les K7 vidéo fédéral



**AÏKIDO**  
Saint MALO 98

Venu en France sur l'invitation de TAMURA Sensei 8e Dan,  
(Conseiller Technique National de la F.F.A.B.),  
ICHIHASHI Sensei 8e Dan, enseignant à l'Aïkikai de Tokyo,  
a animé avec celui-ci les cinq journées du stage national de  
St Malo.

Remerciements à :  
- TAMURA Sensei  
- ICHIHASHI Sensei

aux Techniciens fédéraux :  
- Didier ALLOUIS 5e Dan  
- Henri AVRIL 5e Dan  
- Jacques BARDET 5e Dan  
- Robert LE YOURICH 4e Dan  
- Gilbert MILLIAT 4e Dan  
- Toshiro SUGA 6e Dan

à tous les participants  
à Michel GILLET, vice-président de la F.F.A.B.  
à la Ligue F.F.A.B. de Bretagne pour son organisation

Réalisation : Michel DESTAING  
Texte et voix : Dominique POMPOUGNAC  
Production : F.F.A.B.  
Département Communication : Thierry LEGOUIX

En supplément dans cette vidéo :  
Clip promotionnel Aïkido avec  
René VAN DROOGENBROECK 6e dan

SECAM Durée : 6 mn + 30 mn

Fédération Française d'Aïkido et de Budo  
Les Aïkies 83149 BRAS - France

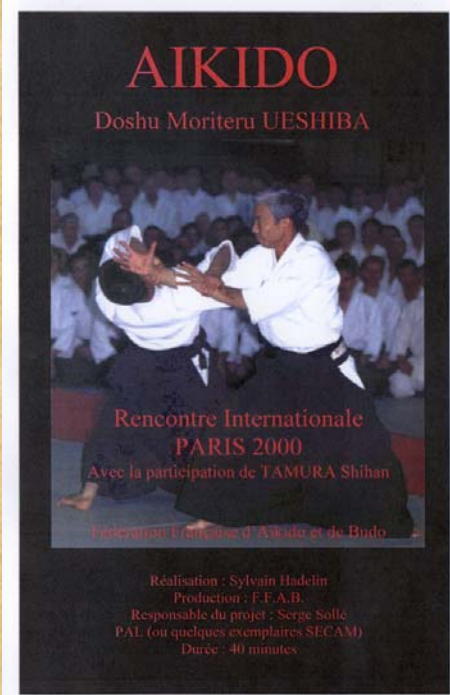
**F.F.A.B. Aïkikai de France**

**LIGUE AÏKIDO et de BUDO de BRETAGNE**  
TAMURA SENSEI - 8<sup>ème</sup> DAN  
animateur de l'un des stages de Tokyo  
ICHIHASHI SENSEI - 8<sup>ème</sup> DAN  
animateur de l'un des stages

**STAGE NATIONAL DE MAÎTRISE D'ENSEIGNEMENT**  
AÏKIDO - BUDO - JIU JITSU - JUDO

**St MALO 2 au 6 Mai 1998**

**AÏKIDO - St MALO 98 -**  
TAMURA Sensei 8e Dan & ICHIHASHI Sensei 8e Dan



**AIKIDO**  
Doshu Moriteru UESHIBA

**Rencontre Internationale  
PARIS 2000**  
Avec la participation de TAMURA Shihan

Fédération Française d'Aïkido et de Budo

Réalisation : Sylvain Hadelin  
Production : F.F.A.B.  
Responsable du projet : Serge Solle  
PAL (ou quelques exemplaires SECAM)  
Durée : 40 minutes

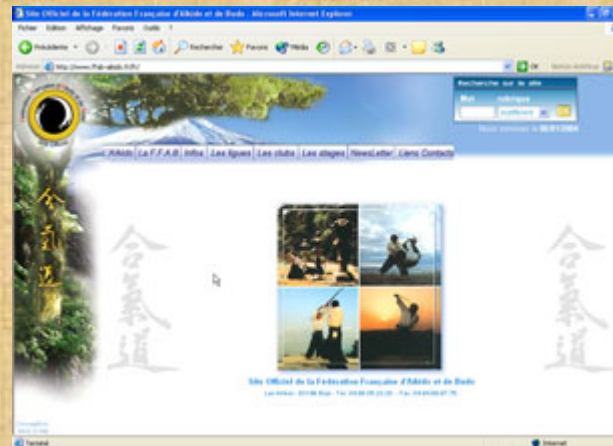
*diffusion : journalistes, élus, responsables locaux, futurs pratiquants.*

*important : organiser et maîtriser la séance de projection*



# •Cas création d'un club

Le site web fédéral:



*diffusion : toutes cibles*

*important :*

*penser à vous faire mettre à jour sur le site et pour les plus courageux créer votre site avec un lien sur le site fédéral*





# •Cas création d'un club

## 2/ Quelques outils pour recruter des pratiquants

Le mailing toutes boîtes



*diffusion : cibler une population potentielle sur une zone géographique définie*

*important : penser à mettre en avant les caractéristiques de l'aïkido en termes » d'avantages clients » et les spécificités de votre club.*



# •Cas création d'un club

La campagne  
d'affichage



*diffusion : sélectionner les endroits stratégiques selon votre cible*

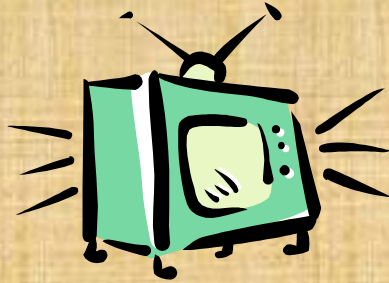
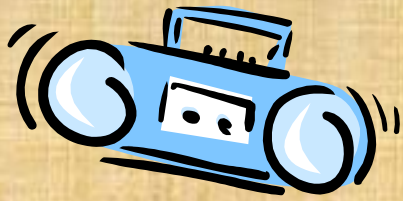
*important : penser à compléter l'affiche avec des renseignements*

*pratiques (lieu, horaires, contact...)*



# •Cas création d'un club

## Les relations presse



*diffusion : sélectionner toute la presse locale (bulletin municipal, guides, presse quotidienne, radios FM, TV locale...)*

*important : privilégier la rencontre avec les journalistes*



# •Cas promotion d 'un club existant

## 1/ Quelques outils pour cibler l 'environnement

A tous les outils utilisables dans le cadre de la création d 'un club, on peut rajouter les manifestations locales:

- forum des association
- démonstrations
- conférences ....



*important : la ligue peut vous aider dans le cadre de telles manifestations (panneaux d 'informations, prêt de tapis, assistance technique...)*



# •Cas promotion d 'un club existant

## 2/ Quelques outils pour fidéliser des pratiquants

Associé à l 'objectif de recrutement ( voir outils dans cas création de clubs) un des objectifs d 'un club est de maximiser le taux de réinscription.

**Il est toujours plus facile et moins onéreux de conserver " un client " plutôt que d 'en conquérir un nouveau.**



# • Cas promotion d 'un club existant



La base de données

**Le fichier des pratiquants est la richesse même d 'un club.** Il permet de mieux connaître son public, de réaliser des actions, de mesurer l'efficacité de ces actions... Il sera constitué sur informatique ou sur fiches cartonnées. Une base de données doit être complète (10 critères environ) et régulièrement remise à jour.

*important : la ligue peut vous proposer des modèles*



# •Cas promotion d 'un club existant

La base de données



Le fichier sert de base à de nombreuses actions:

- courrier rentrée
- informations sur la vie du club
- contacts anciens pratiquants...etc

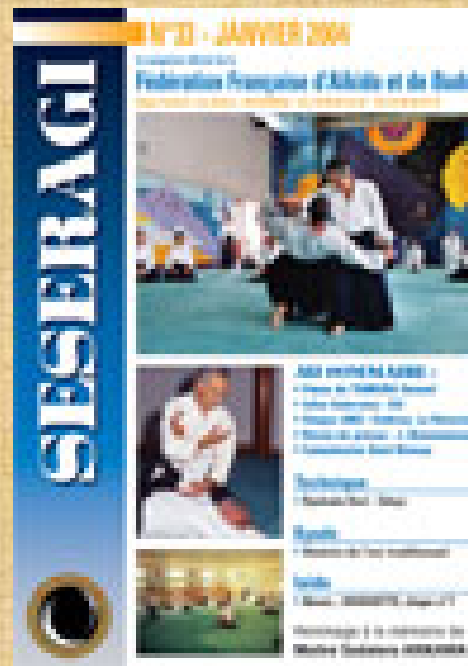
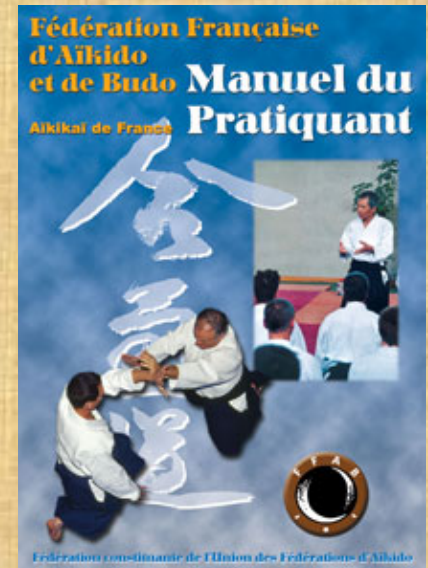


# •Cas promotion d 'un club existant

Quelques autres outils de fidélisation:

-Le manuel du pratiquant :  
mise à disposition par la fédération à tous les  
nouveaux pratiquants

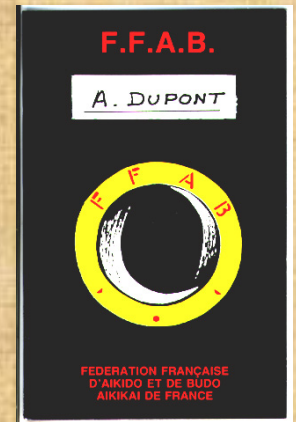
-SESERAGI :  
Journal fédéral 3 fois  
par an, 10 ex./ par club





# • "Suite" Cas promotion d'un club existant

- Pensez à donner à tous le passeport fédéral  
"la mémoire du pratiquant"



- Le calendrier des stages de la ligue

- et bien sur... tout ce qui cimente un club :  
journal interne, fêtes, pots and co



# Mais encore !

- **Privilégier l'accueil:** la première impression est souvent déterminante pour la suite
- **Poser un regard neuf sur votre club et sa promotion**
- **Regarder les choses avec les yeux du « client »**

