



Formation La Clique des comm

# **CAFÉ PHILANTHROPIQUE COMMUNICATION PHILAGORA**



# LAURÉLINE MANASSERO (ELLE)

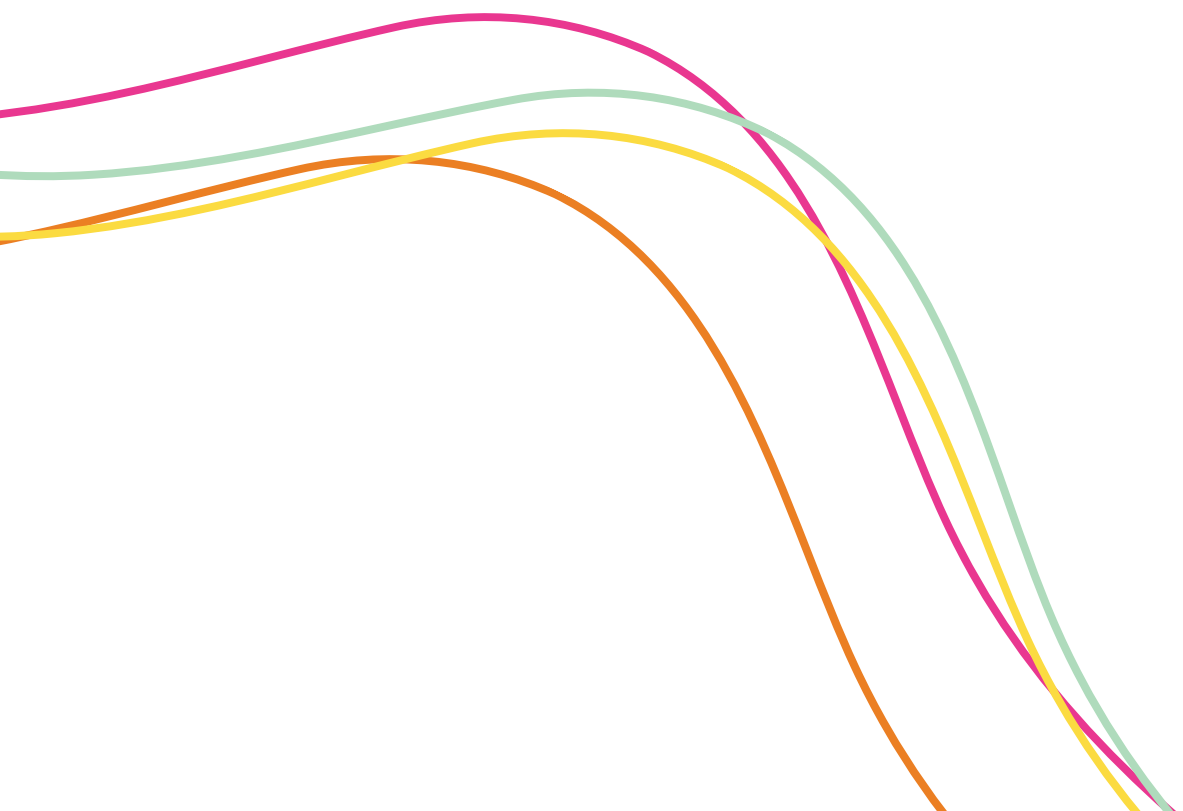
Diplômée d'un DESS en communication marketing à HEC Montréal, Lauréline a plus de 10 ans d'expérience comme professionnelle en communications-marketing dans plusieurs organismes communautaires jeunesse.

Créative, efficace et passionnée, elle fonde La Clique, un bureau de communication dédié aux OBNL en 2019 pour offrir une alternative aux agences de communications traditionnelles. Elle base la culture de son entreprise sur la flexibilité et la transparence. Elle veut offrir un modèle innovant, écologique et responsable et souhaite travailler à long terme avec les organismes qu'elle accompagne.

[laureline@lacliquedescomm.ca](mailto:laureline@lacliquedescomm.ca)



# LES ESSENTIELS DU SITE WEB L'APPEL D'OFFRE EN 10 ÉTAPES



# 1

## **Fonctionnalités de base du site**

- Pages dynamiques et CMS (Content Management System) : Utilisation d'un CMS comme WordPress, Drupal ou Joomla pour gérer facilement les pages, articles et médias sans avoir besoin de connaissances techniques.
- Multilingue : Support de plusieurs langues avec une fonction de traduction automatique ou manuelle.
- Blogue ou actualités : Une section dédiée aux nouvelles, mises à jour et articles, avec possibilité de commenter.
- Nombre de pages personnalisables : Modèles de pages réutilisables et modifiables pour faciliter la gestion du contenu. Nombre de pages que vous pensez avoir sur le site.
- Rédaction : Allez-vous faire la rédaction des textes?
- Contenu : Vous pourriez recevoir un rabais si vous acceptez de faire vous-même de l'intégration de contenu

# 2

## **Fonctionnalités de navigation et d'expérience utilisateur (UX)**

- Arborescence : Elle montre comment les différentes sections et sous-sections sont organisées et comment elles sont reliées entre elles. Cette structure est essentielle pour la navigation et l'expérience utilisateur, car elle aide à organiser les informations de manière logique et intuitive.
- Design adaptatif : Adaptation automatique du design aux différents types d'écrans (ordinateurs, tablettes, smartphones).
- Moteur de recherche interne : Permettre aux utilisateurs de trouver rapidement des informations sur le site via un moteur de recherche intégré.
- Navigation : Menu de navigation clair et hiérarchisé. Menus déroulants, barres latérales, liens internes pour faciliter la navigation.
- Accompagnement offert et spécialisation en expérience

# 3

## **Interactions utilisateurs**

- Formulaires personnalisés : Création de formulaires (ex. : contact, inscription à une infolettre, demande de services) avec options de personnalisation des champs.
- Système de commentaires : Permettre aux utilisateurs de laisser des commentaires sur les articles de blog ou d'autres sections interactives du site.
- Chat en direct / Chatbot : Offrir une assistance en direct aux visiteurs via un chat ou un chatbot automatisé pour répondre aux questions fréquentes.
- FAQ dynamique : Créer une page de FAQ facilement mise à jour pour répondre aux questions récurrentes des utilisateurs.

# 4

## **Fonctionnalités supplémentaires selon les besoins spécifiques**

- Agenda et gestion d'événements : Système pour gérer et promouvoir des événements, avec intégration d'un calendrier interactif et possibilité de vendre des billets en ligne.
- Section adhésion / espace membre : Créer un espace privé pour les membres avec du contenu exclusif ou des fonctionnalités spécifiques.
- Blog interactif ou forum : Développement d'une communauté en ligne avec des discussions interactives ou des forums.
- Répertoire : Système de classement de fiches pour retrouver des membres.
- Carte interactive : Cartes dynamiques pour localiser des points d'intérêt, des organismes membres ou des événements.

# 5

## **Intégrations externes**

- Intégration avec les réseaux sociaux : Connexion avec les plateformes de réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram) pour le partage automatique de contenu ou l'affichage des flux de réseaux sociaux sur le site.
- Intégration avec des services tiers : Connexion avec des outils externes comme des logiciels d'infolettes (ex : Cyberimpact), CRM (ex. : HubSpot), plateforme d'inscription (ex : Activity messenger) ou des plateformes de dons (ex : Zeffy).
- Fonctionnalités de collaboration Intranet ou espace de collaboration : Créer une plateforme interne pour la collaboration entre membres d'une organisation ou d'une équipe (ex. : dépôt de documents, gestion de projets).
- Partage de fichiers sécurisé : Système permettant aux utilisateurs de télécharger ou d'accéder à des documents en toute sécurité.



# 6

## **Gestion de projets**

- Rôles et responsabilités : Équipe dédiée avec un chef de projet, des designers, développeurs, testeurs, etc.
- Planification et calendrier : Jalons clés avec dates de livraison, réunions de suivi et livrables attendus.
- Communication : Outils et fréquence des échanges, feedbacks et des réunions.
- Gestion des risques : Identification des risques, plans d'urgence, changements.
- Suivi du budget : Paiements échelonnés et suivi des coûts à chaque étape.
- Tests et validation : Vérifications fonctionnelles, UX, compatibilité, performance et sécurité.
- Formation et documentation : Formation de votre équipe et documentation complète.
- Support post-lancement : Plan de maintenance et support continu après la mise en ligne.

# 7

## **Collecte et analyse de données**

- Google Analytics / Suivi des performances : Intégration d'outils comme Google Analytics pour suivre les visiteurs, analyser les comportements et mesurer les performances du site.
- Système de gestion des membres / CRM : Intégration d'un outil de gestion de la relation client (CRM) pour suivre les interactions avec les visiteurs et gérer les prospects.
- Collecte de données utilisateurs : Stockage et gestion des informations utilisateurs de manière sécurisée (formulaire d'inscription, profils utilisateurs, sondages).
- Tableaux de bord administratifs : Tableaux de bord interactifs pour suivre les performances du site (trafic, ventes, conversion).

# 8

## **Accessibilité et conformité**

- Accessibilité (WCAG) : Fonctionnalités pour rendre le site accessible aux personnes en situation de handicap, conformément aux normes WCAG (taille de police ajustable, navigation clavier, description des images).
- Cookies et conformité loi 25 : Gestion des consentements pour les cookies et conformité aux régulations sur la protection des données personnelles (RGPD).
- Authentification et autorisation : Gestion des utilisateurs avec des rôles définis (administrateurs, éditeurs, contributeurs, etc.).

# 9

## **Sécurité et performance**

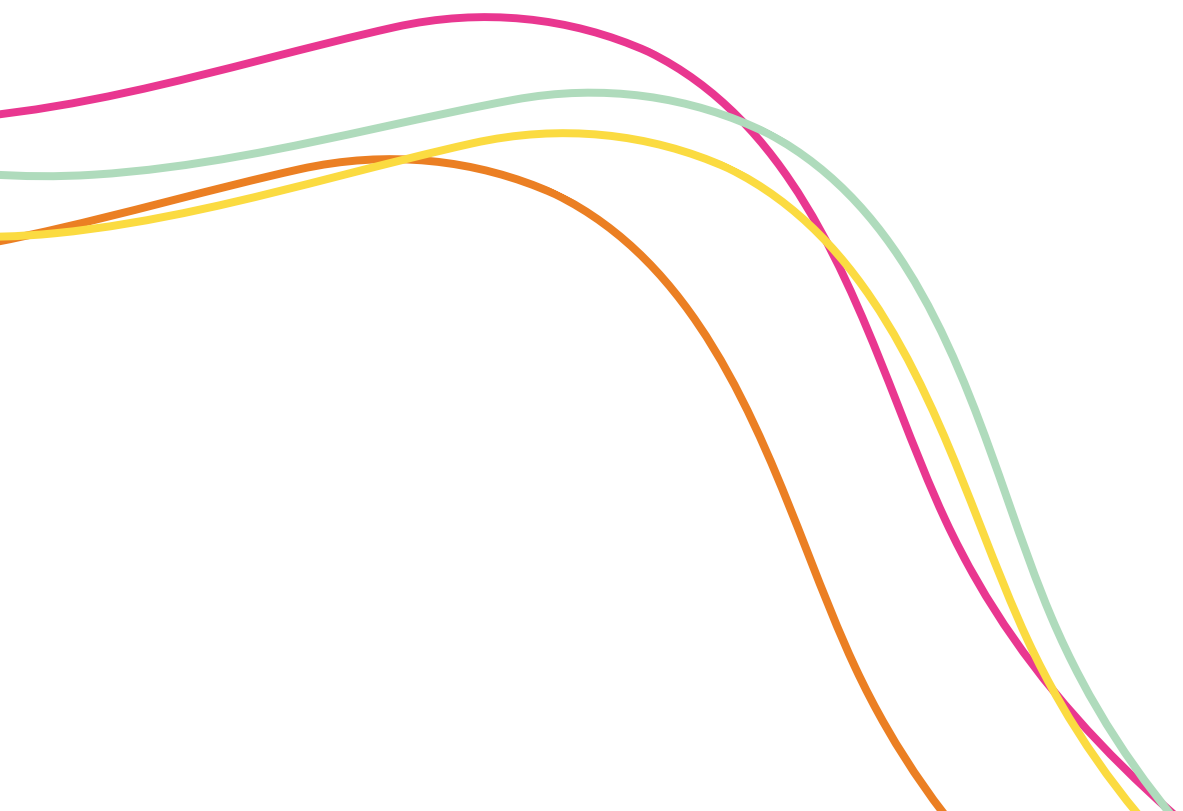
- Certificat SSL : Mise en place d'un certificat SSL pour garantir une connexion sécurisée via HTTPS.
- Sauvegardes automatiques : Configuration de sauvegardes automatiques régulières pour garantir la récupération des données en cas de problème.
- Protection contre les attaques DDoS et pare-feu : Mise en place de solutions pour protéger le site contre les attaques de déni de service.
- CDN (Content Delivery Network) : Utilisation d'un CDN pour accélérer la livraison du contenu dans le monde entier, améliorant la vitesse du site.

# 10

## **Marketing et SEO**

- Optimisation SEO (référencement naturel) : Fonctions pour améliorer le SEO (URLs propres, balises méta, plan de site, microdonnées).
- Marketing par courriel : Intégration d'une plateforme d'emailing pour collecter des abonnés et envoyer des infolettres.
- Pop-ups et bannières promotionnelles : Création de pop-ups ou de bannières pour promouvoir des offres spéciales, événements ou inscriptions à l'infolettre.
- Intégration Google Ads Grants / Facebook Ads : Configuration d'espaces pour des publicités Google Ads ou Facebook, ou intégration d'un pixel de suivi pour des campagnes marketing ciblées.

# LES ESSENTIELS DU MARKETING WEB



## **Référencement naturel (SEO)**

Qu'est-ce que c'est ? Le SEO consiste à optimiser un site web pour apparaître en haut des résultats de recherche sur des moteurs comme Google. Cela inclut des aspects comme les mots-clés, la structure du site, et la qualité du contenu.

Pourquoi c'est important ? Le SEO permet de générer du trafic organique sans payer pour de la publicité. Plus votre site est bien classé, plus il sera visité.

Exemple pratique : Utiliser des mots-clés pertinents pour votre public cible dans vos titres, balises meta, et textes de blog pour augmenter la visibilité.

## **Google Ad Grants**

Qu'est-ce que c'est ? Un programme pour OBNL offrant jusqu'à 10 000 \$/mois en crédits pour des annonces textuelles sur Google.

Pourquoi c'est important ? Il permet de capter un public qui recherche activement des services ou une mission similaire via des mots-clés.

Exemple pratique : Utiliser Google Ad Grants pour promouvoir une campagne de collecte de fonds lorsqu'un utilisateur recherche "mardi je donne"



## **Bannières publicitaires**

Qu'est-ce que c'est ? Des annonces visuelles (images, vidéos) placées sur des sites web partenaires pour accroître la visibilité. Il y a plusieurs réseaux de diffusion : Google display, Taboola/Outbrain, Québecor Média, La Presse.

Pourquoi c'est important ? Elles captent l'attention d'une large audience et améliorent la notoriété visuelle de votre organisation. Il existe un mouvement Média d'ici, pour en savoir plus : <https://a2c.quebec/ressources/mouvement-media-d-ici/>

Exemple pratique : Placer une bannière publicitaire sur un site d'actualités locales pour promouvoir un événement, une journée spéciale ou un nouveau projet.

## **Publicité numérique vidéo**

Qu'est-ce que c'est ? Il s'agit de publicités vidéo diffusées sur des plateformes en ligne telles que YouTube, Facebook, Instagram, ou des réseaux de publicité vidéo (pré-roll, mid-roll, etc.). Elles peuvent apparaître avant, pendant, ou après du contenu vidéo, ou directement sur des sites partenaires.

Pourquoi c'est important ? La vidéo capte l'attention et transmet des messages plus engageants. Elle est particulièrement efficace pour raconter une histoire, créer une connexion émotionnelle et stimuler l'engagement. Les vidéos sont également largement partagées, augmentant ainsi la portée de vos campagnes.

Exemple pratique : Diffuser une vidéo de 30 secondes sur YouTube présentant invitant par exemple les gens à devenir bénévoles.

## **Marketing sur les réseaux sociaux**

Qu'est-ce que c'est ? Promouvoir un site web sur des plateformes comme Facebook, Instagram, LinkedIn ou X. Cela peut inclure des publications régulières, des publicités payantes, et des interactions avec les utilisateurs.

Pourquoi c'est important ? Les réseaux sociaux permettent d'attirer du trafic qualifié en touchant des audiences ciblées et en créant de l'engagement. Vous pouvez aussi installer un Pixel Facebook pour que les personnes qui sont déjà allées sur votre site, voient en priorité les publicités.

Exemple pratique : Publier une vidéo qui raconte l'histoire de votre organisation avec un lien direct vers une page spécifique de votre site.

## **Création de contenu (Content Marketing)**

Qu'est-ce que c'est ? Produire des articles de blog, des vidéos, des infographies ou des études de cas pour attirer des visiteurs vers votre site en répondant à leurs questions ou en les informant.

Pourquoi c'est important ? Un contenu de qualité aide à attirer et retenir l'attention de votre public cible tout en améliorant votre référencement.

Exemple pratique : Publier un blog hebdomadaire qui partage des conseils ou des histoires liées à votre mission, puis promouvoir ces articles via les réseaux sociaux et les courriels.

## **Partenariats et influenceurs**

Qu'est-ce que c'est ? Collaborer avec des influenceurs ou d'autres organisations pour atteindre de nouveaux publics.

Pourquoi c'est important ? Un partenariat stratégique permet de toucher des audiences qui ne vous connaissent pas encore, tout en bénéficiant de la crédibilité de votre partenaire.

Exemple pratique : Collaborer avec un influenceur local pour promouvoir votre site lors d'un événement ou pour partager une campagne sur les réseaux sociaux.

## Chatbots

Qu'est-ce que c'est ? Les chatbots sont des programmes automatisés qui interagissent avec les utilisateurs via des interfaces de messagerie. Ils répondent aux questions, guident les visiteurs. C'est un super agent de service à la clientèle.

Pourquoi c'est important ? : Les chatbots offrent une disponibilité 24/7, améliorent l'expérience utilisateur en répondant rapidement aux questions fréquentes, et permettent de gagner du temps sur les tâches répétitives notamment sur l'accueil des bénéficiaires. Ils peuvent aussi collecter des informations ou rediriger vers des ressources spécifiques.

Exemple pratique : Utiliser un chatbot sur le site d'un OBNL pour guider les visiteurs vers des formulaires de don, donner des informations sur les événements à venir, ou répondre aux questions fréquentes comme "Comment puis-je devenir bénévole ?".

## **Analyse des données (Google Analytics)**

Qu'est-ce que c'est ? Utiliser des outils comme Google Analytics pour analyser le comportement des visiteurs sur votre site, savoir d'où ils viennent et ce qu'ils consultent.

Pourquoi c'est important ? Cela vous permet d'ajuster votre stratégie en fonction des performances réelles et de maximiser les résultats sur le long terme. On trouve la provenance par pays, par ville, par appareil, par réseau et c'est gratuit!

Exemple pratique : Utiliser Google Analytics pour voir quelles pages du site sont les plus populaires et optimiser celles qui reçoivent moins de trafic.

## **Marketing par courriel**

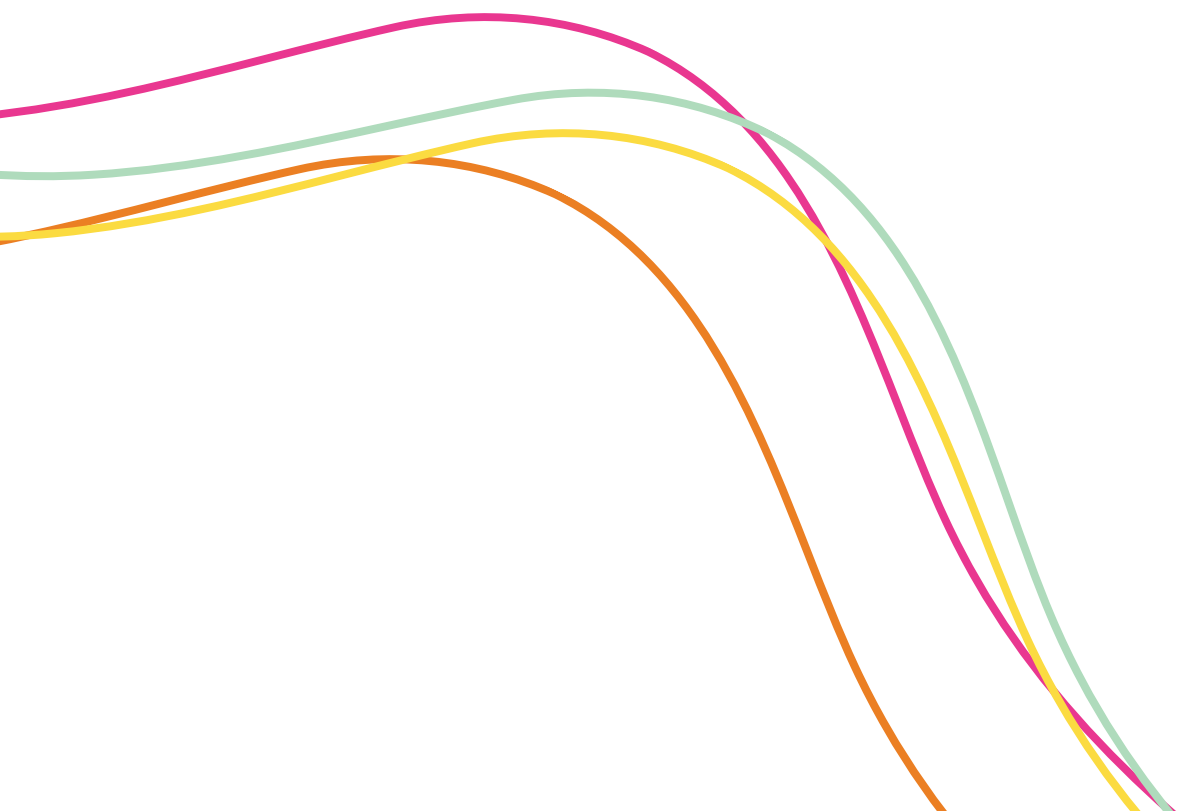
Qu'est-ce que c'est ? Le marketing par courriel consiste à envoyer des courriels ciblés à vos abonnés pour les informer de nouvelles actualités ou les inciter à visiter votre site.

Pourquoi c'est important ? C'est un moyen direct et personnel de garder le contact avec vos utilisateurs et de les ramener régulièrement sur votre site.

Exemple pratique : Envoyer une invitation aux autres organismes de la localité pour leur expliquer ce que vous faites et les inviter à participer à des portes ouvertes.



QUELLE EST LA DIFFÉRENCE  
ENTRE DU MARKETING PAR  
COURRIEL ET UNE INFOLETTRE ?





# INFOLETTRE

L'infolettre cherche à engager le lectorat sur le long terme, en construisant une relation de confiance et en établissant votre organisme comme une source fiable d'informations.



# MARKETING PAR COURRIEL

Le marketing par courriel est utilisé pour promouvoir des produits ou services, annoncer des événements, et ultimement, inciter le destinataire à effectuer une action spécifique (achat, inscription, participation).



## INFOLETTRE

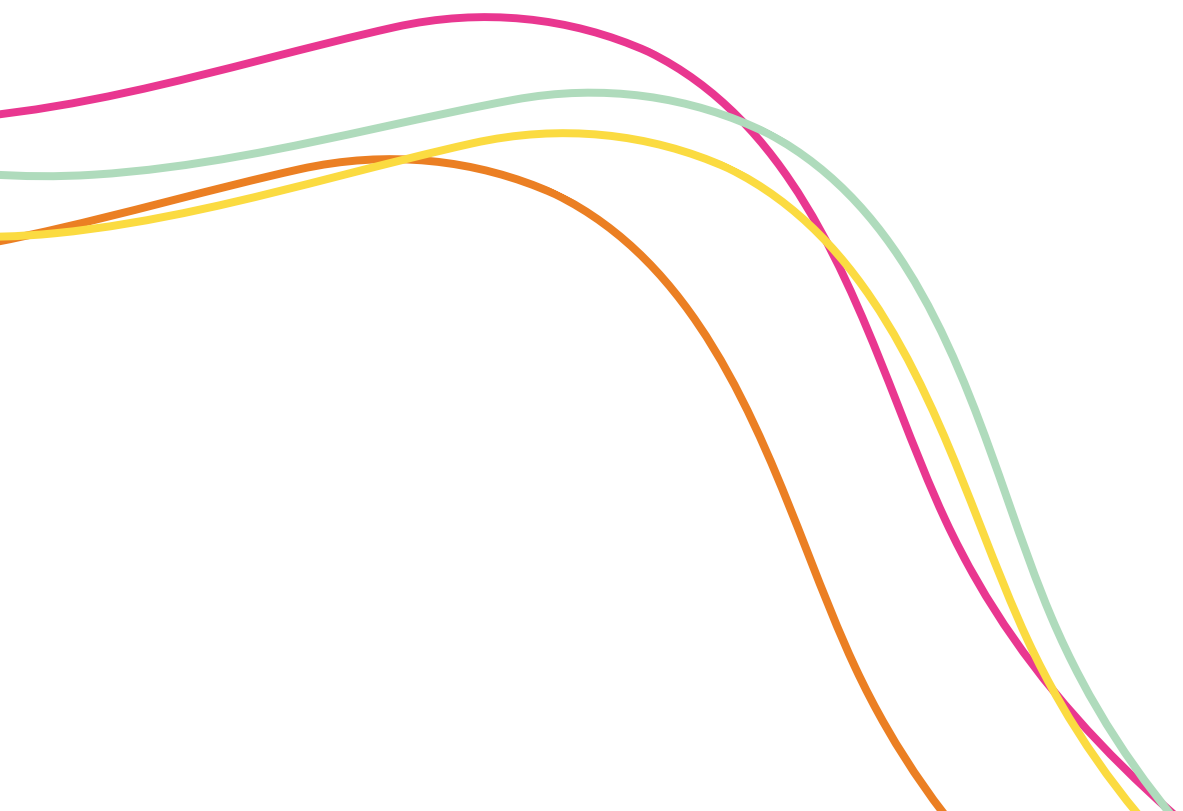
- Objectif : Informer et éduquer l'audience
- Fréquence : Régulière mais pas fréquente (mensuelle, trimestrielle, bi-annuelle)
- Contenu : Nouvelles, mises à jour, contenus éducatifs, conseils
- But : Construire et renforcer la relation, engager à long terme, intéresser à la cause.
- Appel à l'action : Moins direct, redirection vers des documents, le site web, des articles de blogue.



## MARKETING PAR COURRIEL

- Objectif : Promouvoir produits ou services, inciter à l'action
- Fréquence : Variable, souvent liée à des campagnes spécifiques
- Contenu : Offres, promotions, appels à l'action directs
- But : Conversion immédiate, mesurer les résultats (ventes, inscriptions)
- Appel à l'action : Très direct, orienté vers une action spécifique (acheter, s'inscrire)

# LES PLATEFORMES



MAILCHIMP :  
NUMÉRO 1 EN AMÉRIQUE DU NORD

**Recommandé pour des organismes qui ont une petite base de données et qui ont besoin d'une solution simple et efficace gratuite.**

# CYBERIMPACT : LA PLATEFORME LOCALE, 100% QUÉBÉCOISE

**Recommandé pour les organismes disposant d'une petite base de données et cherchant une solution simple sans nécessiter un large éventail de fonctionnalités avancées. Cyberimpact se positionne comme une option sécurisée et locale, adaptée aux besoins des organisations canadiennes soucieuses d'inclusivité et qui veulent un service à la clientèle efficace et en français.**



# ACTIVITY MESSENGER : LOGICIEL D'INSCRIPTIONS EN LIGNE

**Recommandé pour les organismes canadiens, cherchant une solution locale et ayant besoin d'une plateforme de gestion des membres et d'inscriptions en ligne et disposant d'un petit budget. La meilleure option pour gagner du temps grâce à des petites fonctionnalités simples et efficaces qui seront particulièrement appréciées par les OBNL et les organisations en sport, loisir et culture.**

# BREVO : POPULAIRE CHEZ LES FRANCOPHONES

**Recommandé pour les organismes qui ont beaucoup de contacts et sont prêts à investir un budget de 27\$/mois pour accéder à des envois de jusqu'à 10 000 courriels par mois et bénéficier de fonctionnalités avancées en automatisation et en optimisation du timing d'envoi des campagnes, et qui souhaite également faire l'envoi de SMS ou de messages sur WhatsApp.**

# GETRESPONSE : SIMPLE, ABORDABLE ET EFFICACE

**Recommandé pour les organismes d'économie sociale qui ont des besoins plus marqué en vente, en e-commerce, en automatisation et même travaillent avec des funnels de vente et qui veulent calculer les retour sur investissement et lié à Google analytics. L'option gratuite est aussi une bonne alternative à Mailchimp pour les OBNL qui commencent et veulent chercher des nouveaux contacts.**

Merci pour votre attention.



LAURÉLINE MANASSERO  
STRATÈGE COMMUNICATION-MARKETING  
LA CLIQUE - BUREAU DE COMMUNICATION  
514 970-7875  
LAURELINE@LACLIQUEDESCOMM.CA