



Communiquer au nom de la SSVP

Objectif

Mettre en place et développer les outils pour assurer une communication au sein de la SSVP.

Destinataires

Président ou membre du Conseil Provincial / Régional, Président ou membre de Conférence, Centre, bénévoles, ...

Le mot de Frédéric Ozanam

Je n'oublierais jamais cette parole de saint François de Sales qu'on prend plus de mouches avec une cuillerée de miel qu'avec cent barils de vinaigre. Lettre du 5 juin 1850 à Alexandre Dufieux

Règle de la SSVP

§ 3.15 - La communication

La vitalité du réseau de charité de la Société dépend d'un échange régulier et rapide d'informations. La qualité des communications ouvre l'horizon et augmente l'intérêt des vincentiens pour les expériences vécues et pour les défis relevés par leurs frères et sœurs de par le monde. La réponse vincentienne à cette communication est de se montrer prêt à se tenir informé et à être toujours désireux d'aider son prochain.

Il est important de communiquer de façon appropriée. Au niveau de la communication écrite & digitale, l'utilisation du **logo de la SSVP** sur l'ensemble des documents permettra une unité du message, et renforcera la visibilité de notre association.

Quel que soit le media, lorsque nous nous adressons à la presse, à un public, à une assemblée, on s'adresse

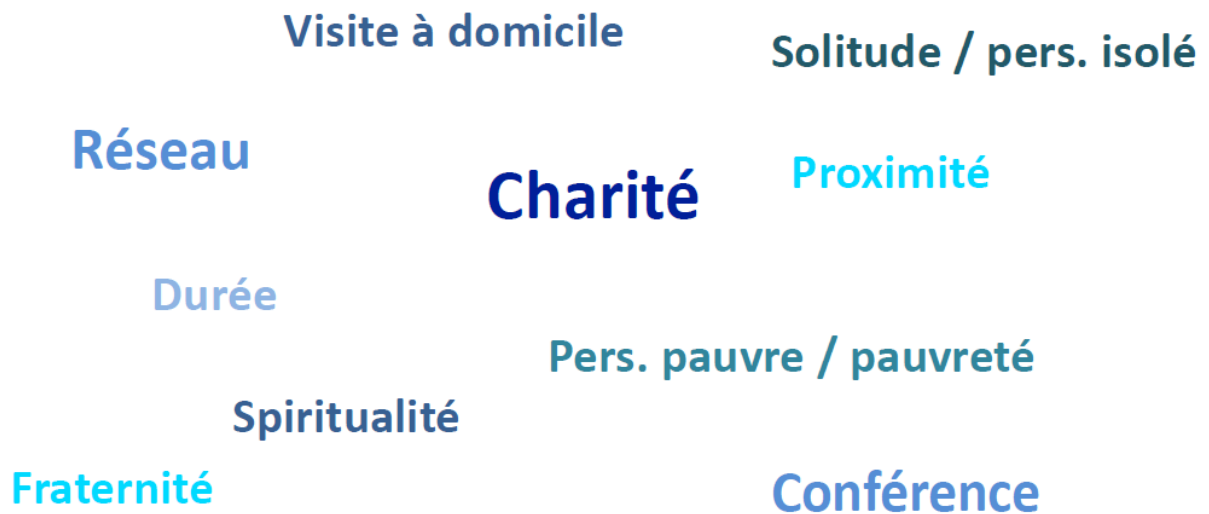
- à l'intelligence : pour se faire comprendre, faire connaître, expliquer. Je représente la SSVP en utilisant des mots-clefs. J'explique les actions qui se font dans ma conférence / mon conseil.
- au coeur : pour faire adhérer, faire aimer, attirer. Je raconte une anecdote qui m'a touchée. Je témoigne de mon engagement personnel, de ma foi, de ce que je reçois à travers le service.

Je parle à la tête et au coeur pour susciter l'intérêt et l'adhésion.

La personne qui écoute fera un don, deviendra bénévole, soutiendra notre action si elle comprend la démarche et si elle est touchée personnellement.

Il est important de définir l'objectif de ma communication : notoriété, recrutement, dons, information, ... et de connaître le public cible : presse, assemblée dominicale, service club, ...

En fonction de l'objectif et du public cible, il faudra adapter son message.
Utilisez dans votre communication ces 10 mots-clés suivants qui résument notre action :



Utilisez également des expressions phares :

- le réseau de charité,
- un accompagnement dans la durée,
- la lutte contre la solitude,
- une aide de personne à personne,
- le travail en réseau,
- ...

Si vous utilisez des photos dans une communication écrite, 4 ingrédients pour une bonne photo : un bénévole + un bénéficiaire + en action & dans la joie ! N'oubliez pas de demander l'autorisation de prendre une photo auprès des personnes.

Pour aller plus loin

<https://fr.wikihow.com/communiquer-efficacement>

Voir aussi

Rédiger un communiqué de presse.