



Cercles de compétences

Marketing et Communication

Marketing et Communication

Un support homogène et transversal

- Le marketing et la communication de la FFN forment un support homogène, transversal à toute la fédération, qui doit interagir avec l'ensemble des disciplines sans exclusivité, et avec l'ensemble des cercles, tant les prises de position publiques ou à destination du réseau fédéral sont nombreuses et diversifiées.

Implication des membres

- Les membres de ces 2 cercles verront donc s'adjoindre régulièrement les responsables ou représentants d'autres compétences, et devront intervenir au bénéfice, dans les secteurs du marketing et de la communication, des autres cercles fédéraux.
- Les salariés de la direction du rayonnement FFN seront invités selon leurs secteurs d'intervention.
- D'autre part, des invités ponctuels, experts dans leur domaine, seront entendus pour diversifier la réflexion permettant de mieux cerner les attentes du grand public ou des médias. A ce jour, Estelle Denis ou Mourad Boujellal ont déjà donné leur accord.



Marketing et Communication

Groupe permanent

- Le groupe permanent est composé de
 - Patrick Perez référent bureau
 - Julie Eissen rapporteur de l'activité marketing
 - Jacques Lohr rapporteur de l'activité communication
 - Adrien Chandou directeur FFN du rayonnement
 - David Rouger ex-responsable marketing FFN
 - Le responsable « communication » de chacune des ligues

Objectif

- Ces cercles de compétences ont pour but d'apporter une réflexion, d'imaginer des propositions ou d'apporter des suggestions qui pourraient être développées et mises en œuvre par la direction du rayonnement de la FFN. Les cercles ne se substituent pas aux salariés dans l'activité quotidienne, et fonctionnent, au contraire, en groupe de projets qui permettront à la direction du rayonnement de fixer ses objectifs.



Feuille de route de la mandature

- Cercle de compétences – Communication
- Cercle de compétences – Marketing

Par souci de cohérence, ces 2 cercles sont regroupés, et chaque compétence est coordonnée par un rapporteur.

Préambule

En amont de toute mise en œuvre, une étude des attentes et de la perception des clubs sur ces sujets devra être menée pour créer un audit initial. La méthodologie ou la procédure pour obtenir ces informations seront créées par les membres du groupe et soumis à la validation du bureau fédéral.

Les modes et tendances étant par définition évolutives et volatiles, la liste des axes et items de réflexion ne saurait être exhaustive.



Cercle de compétences – Communication

Les réflexions et actions principales sont regroupées autour de trois axes majeurs.

A: Communication externe

- Stratégie de communication grand public (déploiement et reconquête)
- Stratégie globale de communication événementielle pour la conquête de nouveaux licenciés
- Optimisation de la communication produite par les sites internet FFN
- Evolution de la communication digitale
- Coordonner l'interface avec la communication interne
- Promotion des magazines fédéraux et accroissement du nombre de lecteurs (après analyse de leur pertinence)
 - Natation Magazine
 - Ligne d'eau
 - Parole de coach
- Réflexion sur l'évolution digitale de ces supports



B: Video, live, podcast

- Stratégie de captation et diffusion d'images, et de contenus sonores
- Définition avec les ligues des besoins réels nécessaires à la généralisation des lives Internet
- Evaluation avec les ligues et les disciplines des possibilités de diffusion
- Sessions de formation à destination des dirigeants de ligue ou de département pour les familiariser à l'usage des outils digitaux, y compris des retransmissions et lives
- Processus de mise à disposition des structures fédérales, puis des licenciés, de l'ensemble des événements filmés par la FFN ou des images détenues par la FFN

C: Applications fédérales

- Evaluation de la montée en puissance de l'application fédérale « Swimming Heroes »
- Pertinence de déploiement d'autres applications fédérales



Cercle de compétences – Marketing

Les productions du cercle sont réparties autour de 3 items

A: Marketing lié aux évènements sportifs

- Organisation globale des grands évènements sportifs fédéraux en lien avec les cercles des disciplines concernées :
 - Circuit EDF Aqua Challenge
 - Circuit Water-polo Summer Tour
 - Open de France Natation Artistique
 - SwimmingXperience
- Retour de l'organisation de l'Open de France de natation course
- Création des animations permettant la promotion de la fédération et de ses activités
- Projets d'animations temporaires et d'actions estivales éphémères autour du savoir-nager
- Appui des organisateurs locaux pour leurs actions de marketing
- Création d'un guide de bonnes pratiques de l'organisateur à destination du réseau fédéral



Cercle de compétences – Marketing

B: Activités commerciales

- Commerce fédéral et boutiques éphémères
- E-commerce fédéral

C: Stratégies partenariales

- Spécification des politiques marketing des disciplines
 - globalisée
 - dédiée par discipline
- Stratégie de présence digitale
- Stratégie d'adaptation aux tendances



