



# **Penser son association pour mieux communiquer: Manuel à l'usage des petites et moyennes associations (Non-marchand)**

*Jean-Marie Pierlot, Fabienne Thomas*

**Penser son association pour mieux communiquer: Manuel à l'usage des petites et moyennes associations (Non-marchand) Jean-Marie Pierlot, Fabienne Thomas**

## **Téléchargez et lisez en ligne Penser son association pour mieux communiquer: Manuel à l'usage des petites et moyennes associations (Non-marchand) Jean-Marie Pierlot, Fabienne Thomas**

---

Format: Ebook Kindle

Présentation de l'éditeur

**« Comment améliorer notre communication ? » Jean-Marie Pierlot et Fabienne Thomas vous répondent.**

Les responsables d'organisations non marchandes se demandent souvent comment communiquer. Est-il nécessaire de développer une stratégie de communication ? Et si oui, comment la transformer en messages convaincants, rendant fidèlement compte de leur identité ? Faut-il recourir à des experts extérieurs, engager des professionnels ou est-il possible de gérer sa communication « avec les moyens du bord » ? L'univers de la communication en profonde mutation secoue parfois les associations dans leur confiance à gérer toutes seules ces évolutions.

Partant d'abord d'une prise de conscience de leur identité associative, nous invitons ensuite les associations à une réflexion leur permettant de construire des dispositifs de communication qui en soient le reflet cohérent. Nous sommes convaincus que la communication doit être prise en charge par les associations elles-mêmes, quelle que soit leur taille ! Voilà pourquoi nous interrogeons d'abord l'identité associative, son positionnement dans l'économie plurielle de nos sociétés, ses publics – internes et externes –, les facettes multiples de sa communication, avant de nous pencher sur la question : comment réduire l'écart entre ce que les associations veulent « vraiment » communiquer, et ce que leurs publics perçoivent de leurs messages ? La réponse à ce questionnement réside dans la construction de dispositifs de communication, qui allient efficacement une dimension informative, mais aussi relationnelle et cognitive.

Pas à pas, en proposant des exercices d'observation et de réflexion sur les outils existants, les auteurs tentent d'accompagner la réflexion stratégique des associations pour qu'elles maîtrisent davantage leur communication en y associant l'ensemble de leurs équipes de permanents et de bénévoles.

**Un manuel à l'usage de toute association désirent améliorer ses méthodes de communication et sa visibilité**

A PROPOS DE L'ÉDITEUR

Depuis plus de 15 ans, **Edi.pro**, maison d'édition belge, publie des livres et des lettres d'informations à destination des professionnels (dirigeants de PME, cadres, gestionnaires, professions libérales, enseignants, étudiants,...). Distribué dans toute la francophonie, Edi.pro édite des ouvrages, papier et électronique, tant en français qu'en néerlandais. Le catalogue compte près de 250 titres rédigés par des spécialistes de terrain.

A PROPOS DES AUTEURS

**Jean-Marie Pierlot** exerce la communication associative depuis vingt ans dans divers secteurs : la santé, l'environnement, l'aide humanitaire, le développement et les droits humains. Il collabore aussi à Amnesty International et à l'Université Catholique de Louvain comme maître de conférences invité.

**Fabienne Thomas** est directrice du Centre d'Études de la Communication (CECOM asbl) à Louvain-la-Neuve et maître de conférences invitée à l'UCL pour l'encadrement du Cours de Communication du non-marchand de l'UCL-Mons. Présentation de l'éditeur

**« Comment améliorer notre communication ? » Jean-Marie Pierlot et Fabienne Thomas vous**

## **répondent.**

Les responsables d'organisations non marchandes se demandent souvent comment communiquer. Est-il nécessaire de développer une stratégie de communication ? Et si oui, comment la transformer en messages convaincants, rendant fidèlement compte de leur identité ? Faut-il recourir à des experts extérieurs, engager des professionnels ou est-il possible de gérer sa communication « avec les moyens du bord » ? L'univers de la communication en profonde mutation secoue parfois les associations dans leur confiance à gérer toutes seules ces évolutions.

Partant d'abord d'une prise de conscience de leur identité associative, nous invitons ensuite les associations à une réflexion leur permettant de construire des dispositifs de communication qui en soient le reflet cohérent. Nous sommes convaincus que la communication doit être prise en charge par les associations elles-mêmes, quelle que soit leur taille ! Voilà pourquoi nous interrogeons d'abord l'identité associative, son positionnement dans l'économie plurielle de nos sociétés, ses publics – internes et externes –, les facettes multiples de sa communication, avant de nous pencher sur la question : comment réduire l'écart entre ce que les associations veulent « vraiment » communiquer, et ce que leurs publics perçoivent de leurs messages ? La réponse à ce questionnement réside dans la construction de dispositifs de communication, qui allient efficacement une dimension informative, mais aussi relationnelle et cognitive.

Pas à pas, en proposant des exercices d'observation et de réflexion sur les outils existants, les auteurs tentent d'accompagner la réflexion stratégique des associations pour qu'elles maîtrisent davantage leur communication en y associant l'ensemble de leurs équipes de permanents et de bénévoles.

## **Un manuel à l'usage de toute association désirant améliorer ses méthodes de communication et sa visibilité**

### A PROPOS DE L'ÉDITEUR

Depuis plus de 15 ans, **Edi.pro**, maison d'édition belge, publie des livres et des lettres d'informations à destination des professionnels (dirigeants de PME, cadres, gestionnaires, professions libérales, enseignants, étudiants,...). Distribué dans toute la francophonie, Edi.pro édite des ouvrages, papier et électronique, tant en français qu'en néerlandais. Le catalogue compte près de 250 titres rédigés par des spécialistes de terrain.

### A PROPOS DES AUTEURS

**Jean-Marie Pierlot** exerce la communication associative depuis vingt ans dans divers secteurs : la santé, l'environnement, l'aide humanitaire, le développement et les droits humains. Il collabore aussi à Amnesty International et à l'Université Catholique de Louvain comme maître de conférences invité.

**Fabienne Thomas** est directrice du Centre d'Études de la Communication (CECOM asbl) à Louvain-la-Neuve et maître de conférences invitée à l'UCL pour l'encadrement du Cours de Communication du non-marchand de l'UCL-Mons. Biographie de l'auteur

Jean-Marie PIERLOT a une expérience de plus de vingt ans dans le secteur de la communication et de la collecte de fonds dans divers secteurs associatifs : santé, environnement, droits humains, relations Nord-Sud. Il a enseigné la communication du non-marchand à l'Université catholique de Louvain.

Fabienne THOMAS est directrice du Centre d'Études de la Communication (CECOM asbl) à Louvain-la-Neuve et maître de conférences invitée à l'UCL pour l'encadrement du Cours de Communication du non-marchand de l'UCL-Mons.

Download and Read Online Penser son association pour mieux communiquer: Manuel à l'usage des petites et moyennes associations (Non-marchand) Jean-Marie Pierlot, Fabienne Thomas #TKS7UQHYWNI

Lire Penser son association pour mieux communiquer: Manuel à l'usage des petites et moyennes associations (Non-marchand) par Jean-Marie Pierlot, Fabienne Thomas pour ebook en ligne  
Penser son association pour mieux communiquer: Manuel à l'usage des petites et moyennes associations (Non-marchand) par Jean-Marie Pierlot, Fabienne Thomas Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres Penser son association pour mieux communiquer: Manuel à l'usage des petites et moyennes associations (Non-marchand) par Jean-Marie Pierlot, Fabienne Thomas à lire en ligne.  
Online Penser son association pour mieux communiquer: Manuel à l'usage des petites et moyennes associations (Non-marchand) par Jean-Marie Pierlot, Fabienne Thomas ebook Téléchargement PDF  
Penser son association pour mieux communiquer: Manuel à l'usage des petites et moyennes associations (Non-marchand) par Jean-Marie Pierlot, Fabienne Thomas Doc  
Penser son association pour mieux communiquer: Manuel à l'usage des petites et moyennes associations (Non-marchand) par Jean-Marie Pierlot, Fabienne Thomas Mobipocket  
Penser son association pour mieux communiquer: Manuel à l'usage des petites et moyennes associations (Non-marchand) par Jean-Marie Pierlot, Fabienne Thomas EPub

**TKS7UQHYWNITKS7UQHYWNITKS7UQHYWNI**