

Comment promouvoir un événement organisé dans le cadre de la Journée mondiale des oiseaux migrateurs

Journée mondiale des oiseaux migrateurs 2019 — Samedi 11 mai

Vous envisagez organiser un super événement pour souligner le retour des oiseaux dans votre quartier ? Voici une liste utile des étapes à suivre pour en faire la promotion !

Partez du bon pied en ayant une vision claire de votre événement

- Quel est votre message ?
 - La logistique : Où et quand l'événement aura-t-il lieu ? Quel est le coût ? Qui peut y assister et quelles sont les personnes avec qui communiquer pour obtenir davantage de renseignements ou de ressources ?
 - Le concept : Quel est le principal message à retenir de l'événement ? Quel est le thème de l'événement ? Pourquoi a-t-il lieu et pourquoi les gens devraient-ils y participer ? Comment cet événement s'inscrit-il dans la Journée mondiale des oiseaux migrateurs ?
- Quels sont vos objectifs et comment allez-vous mesurer leur réalisation ?
 - Vous devez savoir ce que vous souhaitez accomplir afin de concentrer vos efforts à la planification et au succès de votre événement de la Journée des oiseaux. Quels sont vos objectifs et comment évalueriez-vous vos réussites ou vos échecs à cet égard ? Des exemples d'objectifs à atteindre peuvent comprendre :
 - Le taux de participation à l'événement : Le nombre total de personnes qui ont participé, le nombre de personnes appartenant à un groupe démographique en particulier (p.ex. les enfants de moins de 10 ans, les politiciens, les militants, les ornithologues assidus, etc.)
 - La conversion : Recueillir de nouvelles données et des inscriptions par courriel, attirer des donateurs uniques ou mensuels, susciter des demandes d'information ou de ressources, etc.
 - L'engagement : Sur les médias sociaux, au moyen de la correspondance électronique et de demandes téléphoniques.

- Quel est l'auditoire visé ?
 - Ciblez le groupe démographique qui vous permettra d'atteindre vos objectifs
 - Taux de participation souhaité
 - P. ex. : les enfants et les familles, les nouveaux citoyens canadiens.
 - Les nouveaux donateurs
 - P.ex. : les défenseurs actifs de la conservation des oiseaux, les ornithologues sérieux.
 - Concentrez vos efforts de communication sur les auditoires que vous souhaitez attirer ou sur ceux qui deviendront, par exemple, de futurs abonnés de votre infolettre ou de futurs donateurs, ou avec qui vous souhaitez interagir sur les médias sociaux, etc.
- Qui sont vos partenaires ?
 - Comment pouvez-vous collaborer pour atteindre vos objectifs tant individuels que collectifs ?
 - Y a-t-il des ressources qui peuvent être échangées entre les organismes et partagées au public ?

Outils de promotion

Journée mondiale des oiseaux migrateurs 2019 — Samedi 11 mai

Outils promotionnels en ligne

- Via votre propre site Web
 - Des blogues ou des communiqués de presse électroniques où l'on retrouve tous les détails de l'événement, le thème de la Journée des oiseaux 2018, les partenaires communautaires, les activités, etc.
 - Page Web de la Journée des oiseaux : une page Web statique accessible directement sur votre site Web contenant toutes les informations, les ressources et les liens utiles, et qui est mise à jour à mesure que les détails se confirment.
- Via les médias sociaux (MS)
 - Vos comptes de médias sociaux : Facebook, Twitter, Instagram
 - Utilisez les « hashtags » officiels de la Journée des oiseaux 2018 : #Journée des oiseaux #oiseaux migrateurs
 - Utilisez un vocabulaire adéquat et uniforme

- P. ex. : Journée mondiale des oiseaux migrateurs et non Journée internationale pour les oiseaux
- Créez une page Facebook pour votre événement : incluez le lien de votre page dans toutes vos publications sur les médias sociaux
- Agrémentez vos communications d'images, de graphiques et de vidéos
- Suscitez les interactions avec votre auditoire au moyen de questions ou en fournissant des liens vers des ressources et des activités, etc.
- Amenez votre auditoire à consulter votre page Web de la Journée des oiseaux, votre blogue ou vos communiqués de presse
- Affichez les tweets les plus importants et ceux qui contiennent des renseignements utiles en haut de votre fil d'actualité
- Comptes de médias sociaux (MS) de tierces parties : Faites connaître votre événement par le truchement des comptes de médias sociaux de journaux et de magazines locaux, de blogues, de stations de radios et de personnalités médiatiques.
- Marketing électronique
 - À l'interne : Envoyez des bulletins électroniques et des courriels qui parlent de l'événement à vos réseaux de contacts.
 - À l'externe : Communiquez avec les centres communautaires, les bibliothèques, les écoles, les établissements de retraite ou tout autre type d'institutions locales qui diffusent des bulletins électroniques ou des calendriers communautaires et qui seraient susceptibles de promouvoir votre événement, d'y collaborer ou d'y participer.

Médias traditionnels

- Imprimés : Les journaux et magazines locaux, les infolettres des centres communautaires et récréatifs ou des écoles.
 - Afin d'économiser du temps et de l'énergie, il est primordial d'adapter le contenu des messages imprimés au média et à l'auditoire potentiel.
 - C'est-à-dire une description détaillée de la JMOM versus une présentation de l'événement local.
 - Description détaillée : idéale pour les journaux, les magazines ou les infolettres afin de fournir un aperçu de ce qu'est la JMOM (quoi) et pourquoi elle a lieu (pourquoi).
 - Présentation de l'événement : Idéal pour un centre communautaire ou récréatif, ou un calendrier scolaire afin de communiquer le *où* et le *quand* aux personnes qui envisagent déjà d'y participer.
- Audio : Les stations de radio locales, les stations de radio universitaires et les podcasts.

L'affichage

- Le secret d'un affichage réussi consiste à poser des affiches de façon stratégique afin d'optimiser les probabilités qu'elles soient vues par les *bonnes* personnes.
 - Cela signifie que si votre auditoire cible est composé d'enfants et de familles, les écoles, les bibliothèques, les centres communautaires et récréatifs ainsi que les établissements de retraite constituent des lieux stratégiques à favoriser pour votre affichage.
- Les entreprises locales sont souvent disposées à épingler des affiches promotionnelles sur leur tableau d'affichage. Parmi ces entreprises on retrouve les cafés et les restaurants, les boulangeries, les magasins spécialisés, les magasins d'alimentation santé et les animaleries.
 - Encore une fois, assurez-vous que les clients types du commerce font partie de votre auditoire cible.
- Les intersections des quartiers favorables à la marche où beaucoup de piétons circulent.
 - C'est-à-dire les arrêts d'autobus et les intersections achalandées
 - Dans ce cas, assurez-vous que les lieux d'affichages soient pertinents en ce qui concerne l'événement du point de vue géographique.
- Les lieux de rassemblements communautaires : les écoles, les bibliothèques, les centres récréatifs et communautaires, les établissements de retraite.

Le bouche-à-oreille

- Communiquez tous les renseignements et les mises à jour à vos membres, aux membres de votre conseil d'administration ainsi qu'à vos partenaires.
- Invitez-les à partager l'information avec leur famille et leurs amis ainsi que via leurs différents comptes de médias sociaux.

Ressources promotionnelles

Journée mondiale des oiseaux migrateurs 2019 — Samedi 11 mai

- Nature Canada
<http://naturecanada.ca/initiatives-fr/journee-des-oiseaux/ressources/?lang=fr>
- Bird Studies Canada
<http://www.birdscanada.org/education/school/index.jsp?targetpg=resource>
- World Migratory Bird Day—in the Americas
<http://www.migratorybirdday.org/resources/>
- Environment for the Americas
<http://www.environmentamericas.org/imbd/resources/>