

5^{ÈME} ÉDITION

JOURNÉES
NATIONALES
DES CPTS

Les 11 et 12 octobre 2023

5^{ÈME} ÉDITION des Journées Nationales des CPTS à Auxerre



Fédération Nationale

Contact: coordination@fcpts.org

5^{ÈME} ÉDITION

JOURNÉES
NATIONALES
DES CPTS

Atelier 3 et 10

« La communication en soutien du projet ou comment fidéliser les professionnels de santé »



Fédération Nationale

Contact: coordination@fcpts.org

Sommaire

- **Les fondements de la communication pour une CPTS**
- **La communication interne**
- **La communication externe**
- **Les 10 règles d'or d'une communication maîtrisée**



Les fondements de la communication



Avant toute communication, quelques questions à se poser :

- **Quel est l'objectif ?**
Ex : recruter, fidéliser, informer, promouvoir un projet, un service de la CPTS...
- **Quelle est la cible ? A qui s'adresse-t-on ?**
Ex : aux professionnels du territoire, aux partenaires institutionnels, aux adhérents, aux habitants du territoire...
- **Pour dire quoi ?**
Définir son message et éviter de les multiplier
- **Quels sont les outils les plus pertinents / coûts efficace ?**
- **A quel moment ? Tenir compte des contraintes ou des opportunités**

Les fondements de la communication

En résumé :

l'objectif, la cible, le message, le(s) canal(aux), le calendrier

MAIS AUSSI

➤ **Pour quel résultat ?**

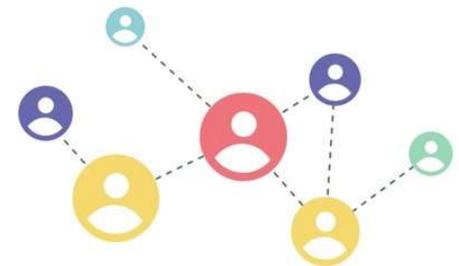
Définir des indicateurs pour mesurer l'efficacité

➤ **Avec quel budget ?**

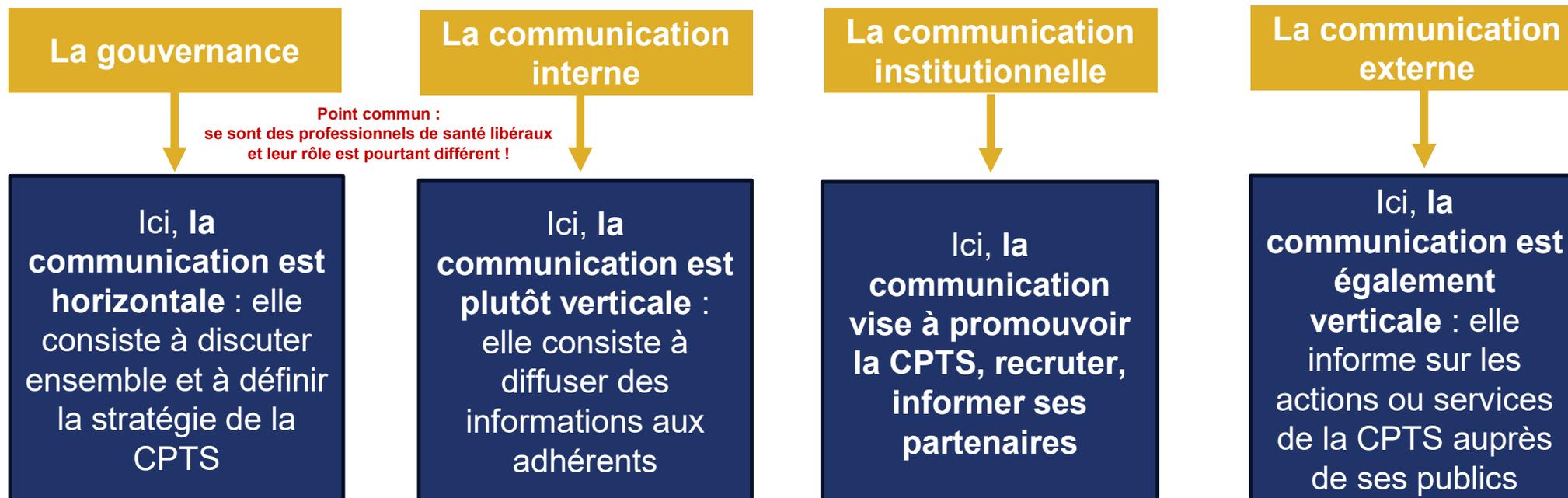
On peut communiquer avec 0 euros mais on peut décider d'y dédier un budget

➤ **Avec quelles ressources ?**

En interne si la CPTS a les compétences ou externalisées



Les fondements de la communication



Comme pour la conduite des projets, **les élus et membres actifs sont ambassadeurs et ont un rôle à jouer dans la communication de la CPTS** : en parler entre pairs, représenter la CPTS dans les instances locales, être actif sur les réseaux sociaux...

5^{ÈME} ÉDITION

JOURNÉES
NATIONALES
DES CPTS

La communication interne

**Communiquer dans quels objectifs,
pour qui, comment et via quels outils/canaux?**



Fédération Nationale

Contact: coordination@fcpts.org

Se fixer des objectifs

Préalable à toute velléité de communication !

La communication ce ne sont pas des outils **c'est UN OUTIL au service de la stratégie et du développement de la CPTS et de ses projets.** Elle évolue au même rythme que la CPTS...

RECRUTER
DES
MEMBRES
ACTIFS

FEDERER
IMPLIQUER
CONSTRUIRE SON
RESEAU PARTENARIAL

RENDRE VISIBLE
SON ACTION / SES
REUSSITES / SES
PROJETS

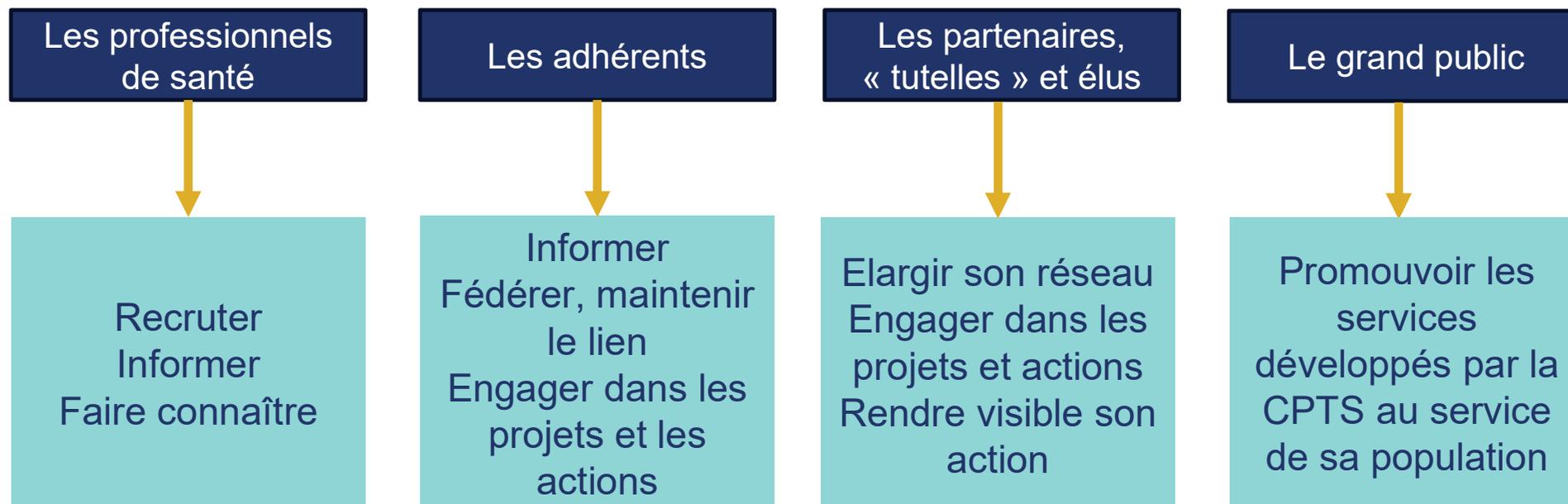
POSITIONNER LA
CPTS COMME
ACTEUR
INCONTOURNABLE
DU TERRITOIRE

----->

- Impliquer les membres du Bureau pour qu'ils soient présents dans la vie de la CPTS
- Impliquer les acteurs du territoire pour réussir la mise en œuvre du projet de santé
- Impliquer les partenaires locaux (ARS / CPAM, etc...)
- Informers les usagers de ses actions à leur service

Définir ses cibles

La communication d'une CPTS s'adresse à plusieurs publics :



Définir son / ses messages

**Adapter son message
à sa cible**

**Eviter de multiplier les
messages**

**Pour le grand public :
penser littératie en
santé**

**Etudier son lieu
d'affichage**



Choisir ses outils / ses canaux

Un préalable : une charte graphique !



Outils
conversationnels



Événementiel



Outils
numériques



Mailings,
emailings,
newsletters



Print / édition



Relations presse /
publique

Communiquer avec ses adhérents

Quels canaux privilégier pour sa communication interne ?

C'est toujours en fonction du public et de votre objectif !



Messagerie
instantanée



Objectifs :
rapidité et lisibilité

Le petit + : pensez aux faire des groupes



Mails



Objectif :
traçabilité et de solennité

Le petit + : pensez aux invitations via le calendrier lié à votre messagerie !



Logiciels de
partage
de dossiers



Objectif :
efficacité et praticité

Le petit + :

La communication externe

Communiquer dans quel objectif ?

**L'objectif majeur est la visibilité et lisibilité de votre CPTS !
Et tout le monde peut être un ambassadeur : élus, salariés, membres actifs.**

- Se faire connaître,
- Donner confiance sur les missions de la CPTS,
- Être reconnu comme un acteur local sur le territoire,
- Elargir son réseau, etc...

Selon la maturité de la CPTS les objectifs évolueront : fédérer, impliquer, communiquer sur les projets, se positionner comme un acteur majeur de la santé !

**Les 4 piliers de la communication externe :
le print, le numérique, l'événementiel et les relations presse**



Le Print

Les supports

- Logo
- Flyer
- Plaquette/livret/guide
- Pochette à document
- Roll'up
- Goodies
- + retour dans la Presse

Avantages du print : laisser une trace lors d'une rencontre
Le secret c'est de respecter une charte graphique identifiable



Cartes de visite



Goodies



Fédération Nationale

Contact: coordination@fcpts.org



Charte graphique



Logo



Pochette



Guide de l'Adhérent



Flyer A5



Roll'up & Bâche

Le Print

Les outils du print

en interne ou en externe, selon les ressources et compétences de chacun.

Outils de création



*Certains sites, comme Canva, sont gratuits en tant qu'association !
Solidatech : programme de solidarité numérique !*

Externaliser la création

Graphiste freelance ou agence de communication en fonction des besoins et du budget



Un prestataire se pilote, ne pas négliger le temps passé, l'importance de bien exprimer ses besoins, ses contraintes...

Vos impressions

Penser local, il existe des imprimeurs ou ESAT partout



Ou des sites internet qui proposent des impressions dans tous les formats

Le Numérique

Les supports

- Site internet
- Mailing (newsletter)
- Réseaux sociaux
- Vidéos
- Les + détails : signature mail / message répondeur

Avantages du numérique : les actions sont souvent quantifiables.

(ce qui est quantifiable est mesurable, ce qui est mesurable peut s'améliorer)

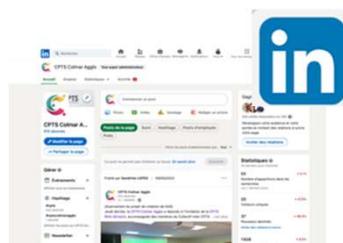
Le secret c'est la constance des contenus et la nouveauté



Site internet



Newsletter



Réseaux Sociaux



Sites partenaires



Sandrine LOPES
Coordinatrice de santé
CPTS Colmar Agglo
07 88 80 51 74
www.cptscolmaragglo.fr
contact@cptscolmaragglo.fr
Communauté Professionnelle Territoriale de Santé Colmar Agglo

Professionnel de santé du territoire ? Rejoignez notre CPTS ! [Cliquez ici pour adhérer !](#)
Envie d'en savoir plus ? Suivez nos actualités depuis [la page LinkedIn de notre CPTS](#) !

Signature mail

Le Numérique

Les 5 astuces pour un bon poste LinkedIn ...

**Titre attractif et
Texte court**

**Mentionner des
personnes ou
des pages**

**Mettre
des liens**

**Mettre
du visuel**

**Utiliser les
emojis avec
modération**



CPTS Nord Yonne | ASSNY
1 416 abonnés
1 mois · Modifié ·

[CARTE DAE] Où trouver un défibrillateur dans le nord de l'Yonne ? 📍

➤ Parce qu'on estime entre 40 000 et 50 000 personnes victimes d'une mort subite faute d'avoir bénéficié des gestes de premier secours, la CPTS Nord Yonne vous propose une carte interactive des défibrillateurs recensés sur le territoire du nord de l'Yonne.

🌐 Grâce à GeoDAE, la base de données nationale publique des défibrillateurs automatisés externes recensés, nous avons pu établir une première cartographie qui sera actualisée périodiquement.

📍 La carte est accessible à tous depuis notre site internet : <https://lnkd.in/eCNjNhGz>

💡 Vous êtes une commune et vous constatez qu'il manque des DAE non recensés ? N'hésitez pas à nous le faire savoir à communication@cpts-nordyonne.fr

#santé #premierssecours #DEA #carte #map #cpts Jean-Luc Dinet
Communauté d'Agglomération du Grand Sénonais et Ville de Sens Gilles
PIRMAN Nadège NAZE Pieux Ghislaine Pieux Paul-Antoine de CARVILLE
Marc Botin Agence régionale de santé Bourgogne-Franche-Comté

Liste des défibrillateurs
cpts-nordyonne.fr · Lecture de 1 min

9 1 commentaire · 4 republications

L'Évènementiel

Exemples d'évènements :

- Organisation de rencontres
- Ateliers thématiques
- Réunions de travail
- Formations
- Participation à des salons,

Avantage de l'évènementiel : c'est entretenir une relation de proximité, c'est le aller vers !
Le secret c'est d'allier convivialité et travail



Invitation



Traiteur



Lieux

Les relations presse / relations publiques

**Les relations presse donnent une grande visibilité mais sont chronophages !
2 possibilités :**

Répondre à des sollicitations : trouver un porte-parole, le briefer, définir les messages prioritaires, organiser un RDV, une interview, une visite...

OU

Organiser sa communication vers les médias : choisir ses médias (presse locale, presse professionnelle...), créer son fichier presse et le tenir à jour, pousser des sujets (soit informel, soit sous forme de communiqué)



Gratuit, grande visibilité, évaluation



Temps passé

Mettre en place un plan de communication

Exemple de Plan de Communication annuel efficient :
Répondre à 7 axes !

Objectifs	Cible	Canal	Action	Référent	Budget	Indicateur de succès
Recruter adhérents	PS du territoire + partenaires		Publication d'un post par semaine	Coordo + Psdt	0€	Nombre de vues + nombre de like
Mailing	PS adhérents	A choisir selon son objectif	Envoi de la newsletter	Rédaction : secrétaire Envoi et mise en forme : Coordo	Coût de l'outil d'envoi de mailing	Taux d'ouverture
...						

Les 10 règles d'or d'une communication maîtrisée

1. Construire **une identité** pour donner confiance dans votre organisation ! => une **charte graphique** identifiable et utilisée à chaque support. Soigner son image en toute circonstance ! Faire si nécessaire un benchmark de ce qui existe déjà.
2. Identifier tous **les interlocuteurs** de son territoire le plus rapidement possible (PS, membres, partenaires, institutionnels) et les répertorier.
3. Construire **un plan de communication annuel** avec des objectifs et des actions réalistes.
4. Définir **le qui fait quoi** et savoir déléguer.
5. Être **constant et régulier** (sur les mises à jour du site internet, dans l'envoi des newsletters, sur les publications LinkedIn, sur les dates des événements réparties dans l'année...) pour rester dans l'esprit des personnes.
6. **Se réinventer** avec de la nouveauté (des nouveaux supports, des nouveaux événements, etc.).
7. Savoir **dire NON** quand les sollicitations sont hors cadre des missions de la CPTS, mais avec pédagogie et diplomatie.
8. Savoir se mettre **à la place de ses interlocuteurs**, en toute circonstance même en cas de crise.
9. **Faire signer des autorisations de droits à l'image** lorsque c'est nécessaire.
10. **Se faire confiance** mais savoir se faire aider par une entreprise extérieure si besoin.



5^{ÈME} ÉDITION

JOURNÉES
NATIONALES
DES CPTS

Merci de votre attention



Fédération Nationale

Contact: coordination@fcpts.org