

# RECRUTEMENT : COMMENT COMMUNIQUER EFFICACEMENT POUR RECRUTER ?





► *Recrutement : comment communiquer efficacement pour recruter ?*

- **Le début ou la fin de saison approche, il est temps pour les clubs de faire le point sur leurs effectifs de joueuses, d'éducateurs, d'éducatrices, de dirigeant(e)s ou encore d'arbitres. Si nous conseillons en premier lieu de travailler sur la fidélisation de ses licencié(e)s, le recrutement de nouveaux membres demeure bien souvent nécessaire pour palier à certains manques ou poursuivre son développement.**

## Etape 1 : Identifier les cibles

Toute communication doit être ciblée. Evidemment, vous êtes un club amateur qui fonctionne grâce à des bénévoles, le ciblage sera donc assez simple et on distinguera quelques catégories de personnes. Ces catégories sont définies en fonction des lieux qu'elles fréquentent, des réseaux qu'elles utilisent, de leur degré d'autonomie dans la prise de décision, et des critères qui les pousseront à venir vers votre club.

### **Jeunes joueuses**

#### Licenciées de U7 à U12

- .Bouche à oreille
- .Communication de proximité

### **Adolescentes**

#### Licenciées de U13 à U17

- .Communication de proximité
- .Part du digital plus importante

### **Adultes**

#### Licenciées de U18 à Séniors

- .Communication digitale
- .Réseaux des instances

### **Educatrices/Educateurs**

#### Encadrement / Performance

- .Communication de proximité
- .Communication digitale

### **Arbitres**

#### Arbitres officiels

- .Communication/promotion en interne
- .Réseaux des instances

### **Dirigeants/Dirigeantes**

#### Licencié(e)s de U18 à Séniors

- .Communication de proximité
- .Communication digitale

## ► Etape 2 : Réaliser un visuel de qualité

► Une fois votre ou vos cible(s) identifiée(s), il s'agit désormais de réaliser un visuel qui servira de base dans votre communication digitale ou papier.

► Le visuel joue un rôle déterminant dans le désir de connaître les informations présentées dessus, nous vous conseillons donc de ne pas galvoder cette étape.

**Logo du club**

**Esthétique de l'affiche**  
Votre affiche doit être semblable aux couleurs du club ou sur fond noir ou blanc. Attention à ne pas mettre trop de code couleur ... Si vous insérez une photo, elle ne doit pas être prédominante et correspondre à la cible de votre affiche.

**Points forts du club**  
Intégrer les points forts et essentiels pour donner envie aux enfants et rassurer les parents. Tous doivent savoir ce qui les attend. Attention à ne pas se vendre trop, le sentiment de déception peut avoir un effet très négatif sur l'image de votre club.

**Réseaux sociaux & site internet**

**Saison concernée par le recrutement**

**Valeurs véhiculées par le club**  
Le partage des valeurs doit résumer l'état d'esprit de votre club et créer la confiance.

**Message central**  
Le message central doit être percutant, d'où la police différente. Pour le grand public, précisez la correspondance des catégories par année de naissance.

**Contact**  
La partie « contact » doit être facilement identifiable. Les interlocuteurs doivent être nommés. Proposer les solutions mails et téléphone.

**Adresse du club/ du stade**

### Etape 3 : Activer les bons leviers

**Lorsque les deux premières étapes sont réalisées, il convient maintenant de débiter sans campagne de communication en sollicitant les bons interlocuteurs et en activant les bons leviers de communication. Pour chaque cible, des stratégies différentes peuvent être adoptées.**

#### ► Jeunes joueurs (U7 à U12):

► Pour ce type de cible, n'oubliez pas que les meilleurs recruteurs restent vos jeunes déjà présents dans votre club et leurs parents. Si vous véhiculez une bonne image, avec des éducateurs dynamiques et sérieux, le bouche à oreille se fera assez naturellement. Si cela ne suffit pas, une communication grand public est alors nécessaire. La spécificité de cette cible est qu'elle se trouve au niveau local, au sein même de votre quartier, village, ou villages voisins si ceux-ci ne possèdent pas de club de football. Les canaux de communication à prioriser sont donc :

- 1/ *Passer par la mairie du village : affichage en mairie, partage sur les réseaux sociaux et site internet*
- 2/ *Les écoles primaires du village, après accord de la mairie, avec la distribution de flyers*
- 3/ *Mettre en place des journées portes ouvertes, en communiquant là encore au niveau municipal*
- 4/ *Mettre des flyers dans les boîtes aux lettres, après accord de la mairie*
- 5/ *Etre présent aux événements du village : marché, fête des associations, fête du village, ...*
- 6/ *Article dans la presse locale en renseignant une personne à contacter pour plus d'informations*
- 7/ *Réseaux sociaux : utiliser Facebook/Instagram ETC permettra de toucher potentiellement les parents sur votre secteur*



## ➤ Adolescentes (U13 à U18):

➤ **Pour cette cible, le rôle des parents sera moins déterminant. Collégienne ou lycéenne, l'enfant sera plus à même de faire ses choix et suivra souvent ses amis, parfois nouveaux. Vos jeunes constituent là encore vos premiers recruteurs mais auront des critères différents : niveau de jeu, qualité des entraînements, ambiance du groupe, compréhension des éducateurs et relationnel, aspect matériel du club (tenues, installations, ballons, ...). Pour toucher cette cible, il convient donc d'utiliser les canaux suivants en misant sur certains points forts de votre club :**

***1/ Sensibiliser ses joueuses déjà présentes à l'importance de recruter en partageant les points forts à communiquer***

➤ ***2/ Organiser des séances portes ouvertes très ludiques et par catégories pour rencontrer les jeunes et leur déclencher l'envie de vous rejoindre***

➤ ***3/ Affichage dans les collèges de proximité : attention les collèges ne sont pas présents dans toutes les communes, il est difficile de communiquer dans un collège se situant sur une autre commune sauf si collège de secteur***

➤ ***4/ Communication avec la municipalité, mais son importance sera moindre que pour les jeunes joueuses. Forum des associations.***

➤ ***5/ Réseaux sociaux : Facebook dans une moindre mesure mais surtout Instagram, réseau très utilisé par cette génération***





---

## Adultes (U19 & Séniors)

La catégorie U18/U19 est une catégorie très difficile à maintenir puisqu'elle est composée de lycéennes et d'étudiantes. Au niveau des séniors et des vétérans, votre localisation jouera un rôle essentiel dans l'attractivité que vous pourrez avoir, ces populations cherchant souvent du confort :

*Là encore, vos meilleurs recruteurs restent vos joueuses ! Sensibilisez-les à l'importance de recruter de nouveaux membres en identifiant les objectifs de ce recrutement : étoffer le groupe quantitativement, qualitativement, création d'une équipe, ...*

---

***Réseaux sociaux : communiquer sur Facebook est un bon moyen de toucher ces populations présentes sur ce réseau (instagram, tiktok...)***

---

***Au niveau des adultes, vous pouvez passer par les réseaux de votre District pour passer une annonce (inutile pour les plus jeunes ..), les journaux locaux.***

# EDUCATEURS / EDUCATRICES

Le recrutement d'éducateurs est essentiel au bon encadrement de vos équipes ! On distingue deux types d'éducateurs, les éducateurs « d'encadrement » et les éducateurs « performance ». Pour chacun, deux communications peuvent être mises en place :

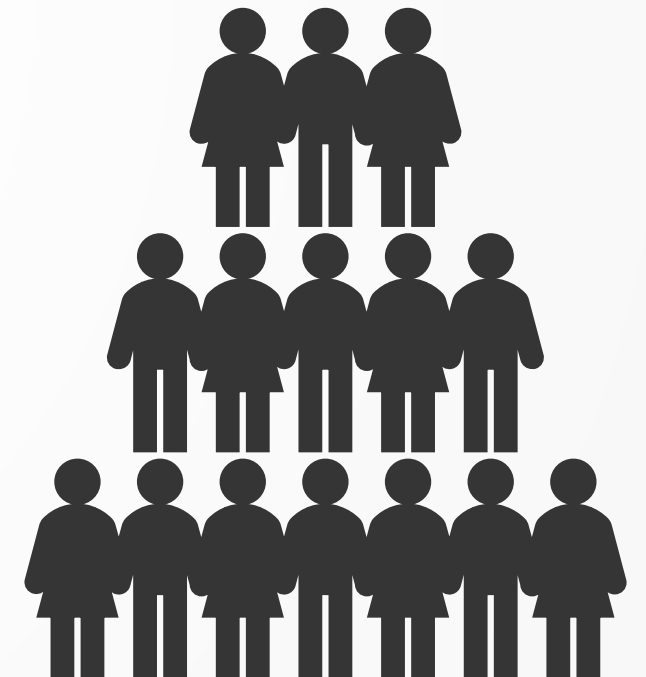
## •Educaturs « encadrement »

- En interne, sonder des parents de jeunes et des seniors du clubs ciblés. Une communication vaste est peu efficace, ciblez des profils que vous jugez potentiellement intéressés et allez échanger avec eux personnellement.*
- Exposer les missions, l'investissement et le rôle demandé. Ce point est essentiel pour mettre toutes les chances de son côté.*
- Réseaux sociaux & site internet : partager une annonce de recrutement sur Facebook, notamment, attention toutefois car vous pouvez avoir des retours de personnes au profil peu adapté à ces fonctions Educateurs « encadrement »*

## •Educaturs « performance »

- En interne, identifier des individus qui font de l'encadrement et du rôle d'entraîneur un vrai enjeu et qui ont le désir de se former et de progresser.*
- Réseaux sociaux & site internet : diffuser l'annonce en précisant la/les catégorie(s), le niveau, l'effectif et les perspectives d'évolution (formations AF et CFI).*
- Sur les réseaux de votre District ou Ligue, diffuser la même annonce que sur vos canaux du club*

Dans tous les cas, il convient d'établir au préalable une fiche de mission ou une fiche de poste que l'éducateur sache dans quoi il s'engage. Chaque éducateur aura des désirs et des ambitions différentes selon son profil.





## Arbitres



**L'arbitre doit aujourd'hui occuper une place non négligeable au sein du club.**

**Par rapport au statut de l'arbitrage, qu'il convient de respecter, mais également dans la structuration et le développement d'un club qui doit être présent sur tous les fronts**

*En interne, vous pouvez cibler des joueuses, jeunes comme seniors, qui ont la fibre arbitrale ! N'hésitez pas à les solliciter sur des matchs de jeunes pour leur faire découvrir le rôle et ensuite les diriger vers les formations qualifiantes*

**Réseaux sociaux & site internet : diffuser une annonce en exposant les avantages à être arbitre dans votre club**

## DIRIGEANTS / DIRIGEANTES

- Le recrutement de dirigeants bénévoles est nécessaire lorsque votre organigramme administratif n'est pas complet. La toute première chose, avant de communiquer, est de réaliser une fiche de poste correspondante au poste à pourvoir :

*En interne, ciblez des parents ou adhérents que vous jugez investis et intéressés par la vie du club. Il faut cibler des profils individuellement en fonction de la personne que vous recherchez, et leur présenter le rôle au sein du club.*

- *1/ Réseaux sociaux & site internet : diffuser une annonce qui explique le rôle et l'investissement ainsi que le profil attendu*
- *2/ Passer par votre municipalité pour diffuser une annonce. Au sein de votre commune, des personnes peuvent être intéressées pour un investissement associatif !*

