

RECOMMANDATION DE COMMUNICATION DIGITALE

BIEVRE SAINT GEOIRS RUGBY CLUB



FLOCARD RYAN - BAQUE AMANDINE - FRAGNOUD NOAH - GIGNOUX TITOUAN



RECOMMANDATION DE COMMUNICATION DIGITALE

BIÈVRE SAINT GEOIRS RUGBY CLUB

SOMMAIRE

01 INTRODUCTION

02 SWOT

03 MÉTHODE
SMART

04 COPY
STRATÉGIE

05 CALENDRIER DE
PUBLICATION

06 ÉCHANTILLIONS
DE CONTENUS

07 OFFRE COMMERCIALE



01

INTRODUCTION

Bièvre Saint-Geoirs Rugby, club historique de la commune de Saint-Geoirs en Isère, est enraciné dans la région depuis sa fondation en 1907 et évolue aujourd'hui en Fédérale 2.

Dans le cadre de notre collaboration, PlayTalk s'engage à développer une stratégie de communication structurée pour renforcer l'engagement des membres, des supporters et des partenaires, tout en consolidant l'image du club.

02

SWOT

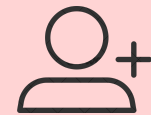
LES FORCES

Ce que nous faisons de bien



Bon niveau

Fédérale 2 / 67% de victoires



Nombre d'abonnés conséquent

1167 insta / 4700 facebook



Compte actif

Posts tous les jours voire plusieurs fois par jour



Bonne communauté



Nombreux partenaires

Ce qu'apprécient nos clients



Esprit de famille

Organisation de festivités (Des repas d'avant-match à la Paella géante du 14 juillet)



Solidaire

Aide les jeunes à s'intégrer dans un groupe



Engagé

Soutient différentes causes, telles que la lutte contre le sida, ou octobre rose

Ce qui est unique dans notre entreprise



Histoire du club

Louis Mandrin présent sur les visuels et maillots



Slogan

Rappel à l'histoire du club



Club avec une grande expérience

Créé en 1907



Mascotte castor

LES FAIBLESSES

Ce que nous pouvons améliorer



Harmonie des couleurs



Moins de publications mais de meilleurs qualité



Variation des posts

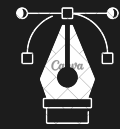


Vidéos plus dynamiques, moins d'information et une meilleure qualité

Notre retard par rapport à la concurrence



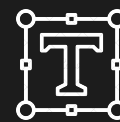
Contenus pas en phase avec les tendances actuelles



Incohérence graphique



Répétition de posts



Typographies manquantes de modernité

Ce dont nos clients sont mécontents



Pas assez de photos des joueurs

LES OPPORTUNITÉS

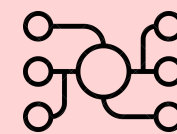
Les tendances actuelles dont nous pouvons tirer parti



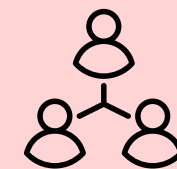
Story et vidéos dynamiques, post interactifs et graphiquement à la mode.

Tendances actuelles : minimalisme, couleurs et effets de textures, illustrations originales, mascottes et personnages, image de bonne qualité à des cadrages innovants, branding cohérent...

L'originalité de notre organisation



Possibilité d'organiser d'autres événements attractifs pour attirer plus de supporters et de partenaires.



Développer des initiatives pour impliquer encore plus la communauté (ateliers, rencontres avec les joueurs).

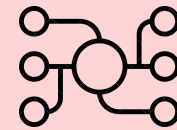
LES MENACES

Ce que font la concurrence

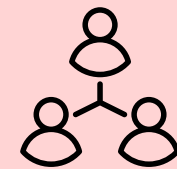
Meilleure communication sur les réseaux sociaux.

Suivant les tendances actuelles, même nombre d'abonnés voire plus pour la plupart.

Les situations externes qui pourraient nous impacter



Les résultats sportifs. En effet, le classement a une influence importante, plus l'équipe perd, moins il y a d'engouement autour d'elle, donc moins de public et de visiteurs sur les réseaux et le site internet.



Potentielle diminution des financements ou soutien de partenaires en cas de situation économique défavorable.



03

MÉTHODE SMART

Rapport aux Ressources

Utiliser les ressources existantes : bénévoles chargés de la communication, **joueurs et coachs** pour des **interviews**, réseaux sociaux gratuits (Facebook, Instagram, Twitter) et des **partenariats** locaux pour **relayer** les informations. Investir dans des **outils de gestion de contenu simples** comme Canva pour les visuels.

Des missions claires

Mettre en place une **stratégie de communication structurée** pour augmenter l'engagement des **membres** du club, des **supporters** et des **partenaires**, tout en renforçant l'**image** du club dans la région.





Quel Marché ?

L'**objectif est réaliste** car le club bénéficie déjà d'une **base de supporters** locaux et d'un **réseau de partenaires** régionaux. L'augmentation de la visibilité ne nécessitera **pas de ressources excessives** mais surtout une **régularité** dans la publication et la création de **publications pertinentes** respectant une **charte graphique** liée au club.

Une Période Définie

L'objectif est d'**augmenter l'engagement** sur les **réseaux sociaux** et la **participation** aux événements d'ici la **fin de la saison 2024-2025**, avec une **évaluation tous les trimestres** pour ajuster les stratégies si nécessaire.

04

COPY STRATEGY



LA PROMESSE



Nous voulons renforcer l'**esprit de famille** et l'**engagement** au sein de la communauté du rugby, avec un club qui allie **tradition, passion, et festivité**, tout en apportant l'aspect d'**excellence** que cherche à atteindre le club.



Le Bièvre Saint Geoirs Rugby Club mise sur une solide **histoire** et des **valeurs** fortes (solidarité, engagement, convivialité), et offre un niveau d'**excellence** remarquable pour tous les joueurs voulant rejoindre le club.

Après analyse, ils ont plus de **67%** de victoires en Fédérale 2, une **communauté active** de plus de **5800 abonnés** sur les réseaux sociaux, et des **partenaires solides**, nous démontrons chaque jour notre excellence et notre esprit collectif.

Les preuves reposent sur les performances sportives (67% de victoires) et la forte base d'abonnés (1167 sur Instagram et 4700 sur Facebook), ainsi que sur l'engagement des partenaires du club.

LA PREUVE

Le bénéficiaire consommateur :

En rejoignant la communauté, vous faites partie d'une famille où la convivialité et l'engagement se vivent chaque jour, sur et en dehors du terrain, dans un cadre familial et passionné.

Le consommateur (supporter ou abonné) peut bénéficier de cet esprit de famille et de la possibilité de participer à des événements uniques (repas d'avant-match, festivités comme la Paella géante).

Le ton du message :

Le ton sera convivial, authentique et festif.

Il reflète les valeurs du club et son histoire, tout en gardant une atmosphère engageante et passionnée. Cela renforcera l'idée d'un club local où la tradition et la solidarité se mêlent à la modernité.

Le message résiduel :

Tradition, solidarité, et convivialité sont au cœur de chaque match.

L'idée principale à retenir est que le Bièvre Saint Geoirs Rugby Club est un club de rugby qui, au-delà de ses performances, cultive des valeurs familiales et communautaires fortes.



05

LE CALENDRIER DE PUBLICATION

LÉGENDE :

● Story

● Post



Jour de match



Évènement

EXEMPLE POUR UN MOIS

DÉCEMBRE

1 Annonce prochain événement	Story partenaire de la semaine	Annonce prochain match Story anniversaire joueurs	Story à la une : Playlist du club	5  Story de l'événement Story avec les partenaires	La compo	Annonce partenaire présent sur le match
 Résultat en direct Vidéo/photo match Résultat du match	Retour en images sur le match	10 Story partenaire de la semaine	Annonce prochain match	Story anniversaire joueurs	La compo	Annonce partenaire présent sur le match
15  Résultat en direct Vidéo/photo match Résultat du match	Retour en image sur le match	Reels sur une action du match	Annonce prochain match	20 Story à la une : Playlist du club	La compo Annonce partenaire présent sur le match	 Résultat en direct Vidéo/photo match Résultat du match
Retour en image sur le match	Annonce prochain événement Post spécial Noël	25 Story Noël	Photos joueurs	Reels sur un Entraînement type	Story partenaire de la semaine	 Story de l'événement Story avec les partenaires
30	Souhait de la nouvelle année Story pour le nouvel an					

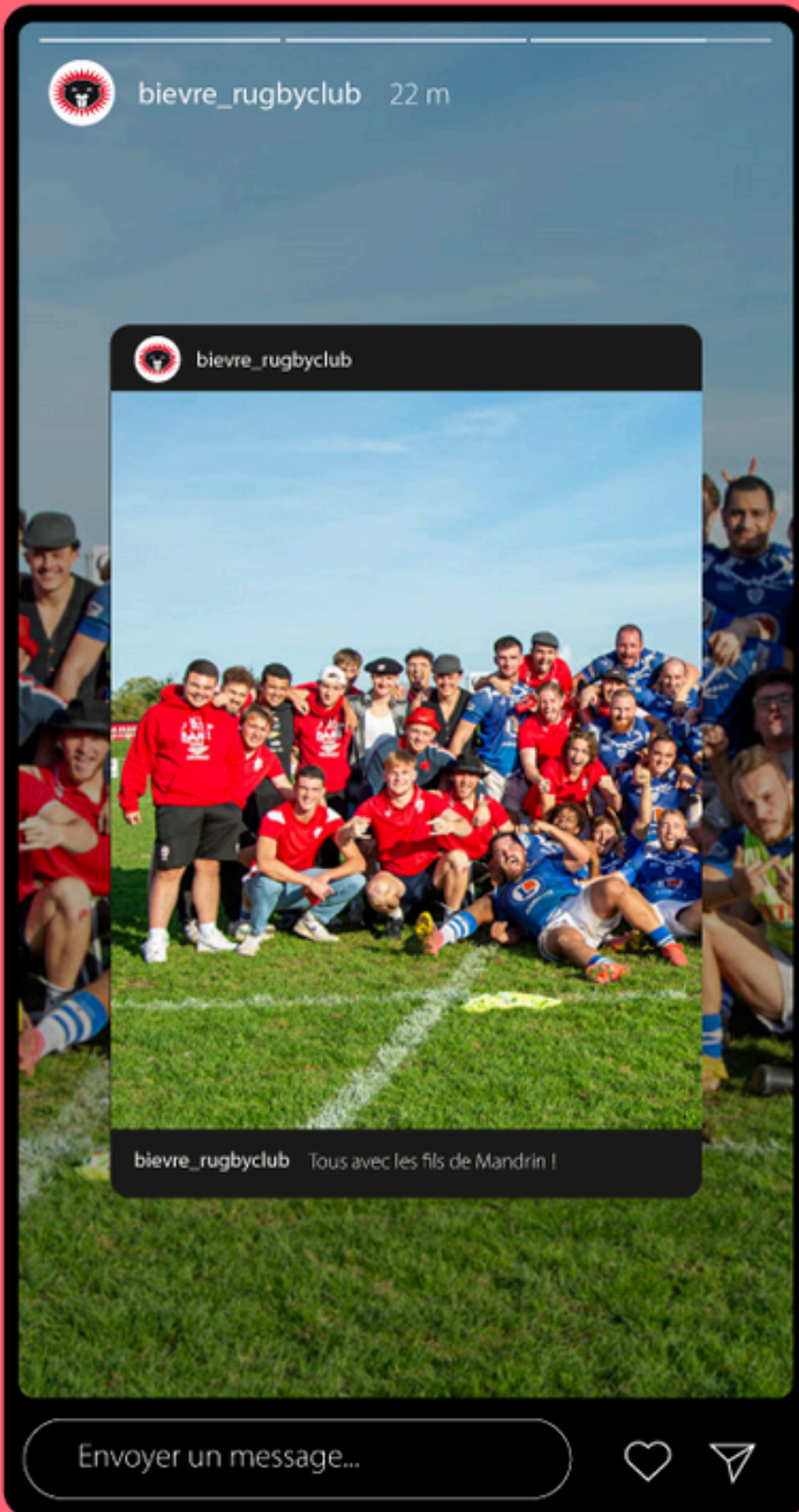
06

ÉCHANTILLION DE CONTENUS

story du match

Des storys épurés avec des photos de qualités montrant les actions principales du match en cours ou les joueurs.





STORYS

Story des nouveaux posts

Storys épurées repostant le contenus récent du compte pour que les abonnés ne rate aucun post.

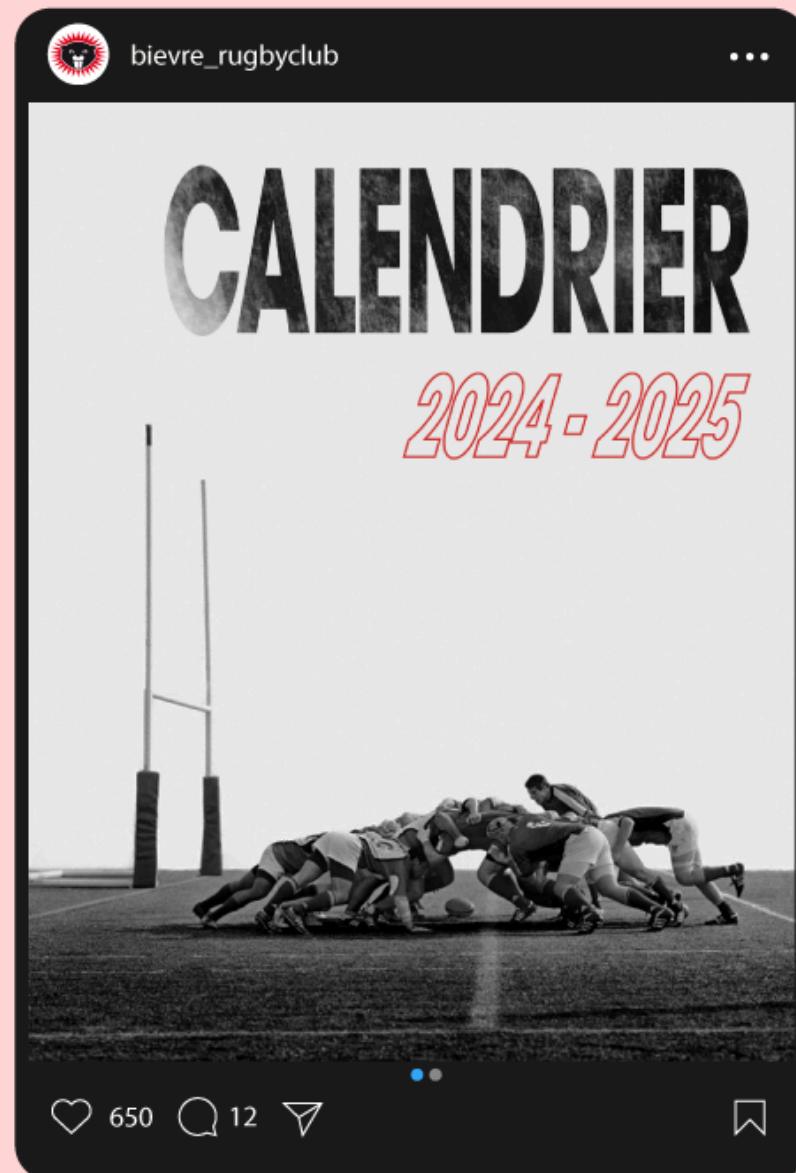
Story des partenaires

Storys avec des photos qualitative donnant envie à l'abonnés d'adhéré à l'offre. Gros titre pour attirer l'attention et texte moyen en dessous pour l'inciter à venir consommer.

POSTS

Post informatif – Calendrier

Le rouge et le noir rappellent les couleurs du club et le design épuré renforce son image d'excellence.



Post retour en images sur le match

Mise en avant des joueurs du club, et donc des performances de ceux-ci. Permet de revenir sur les matchs passés.



POSTS

Post informatif – La compo

Codes graphiques similaires au calendrier, avec le rouge et le noir comme couleurs principales et un aspect épuré. Hiérarchie de l'information et pas de surcharge pour trouver l'essentiel.



Post de l'ensemble des joueurs

Renforce l'esprit de famille, mise en avant d'une équipe soudée, solidaire. Met en avant la convivialité la bonne entente, et la festivité.

Post informatif – Jour de match

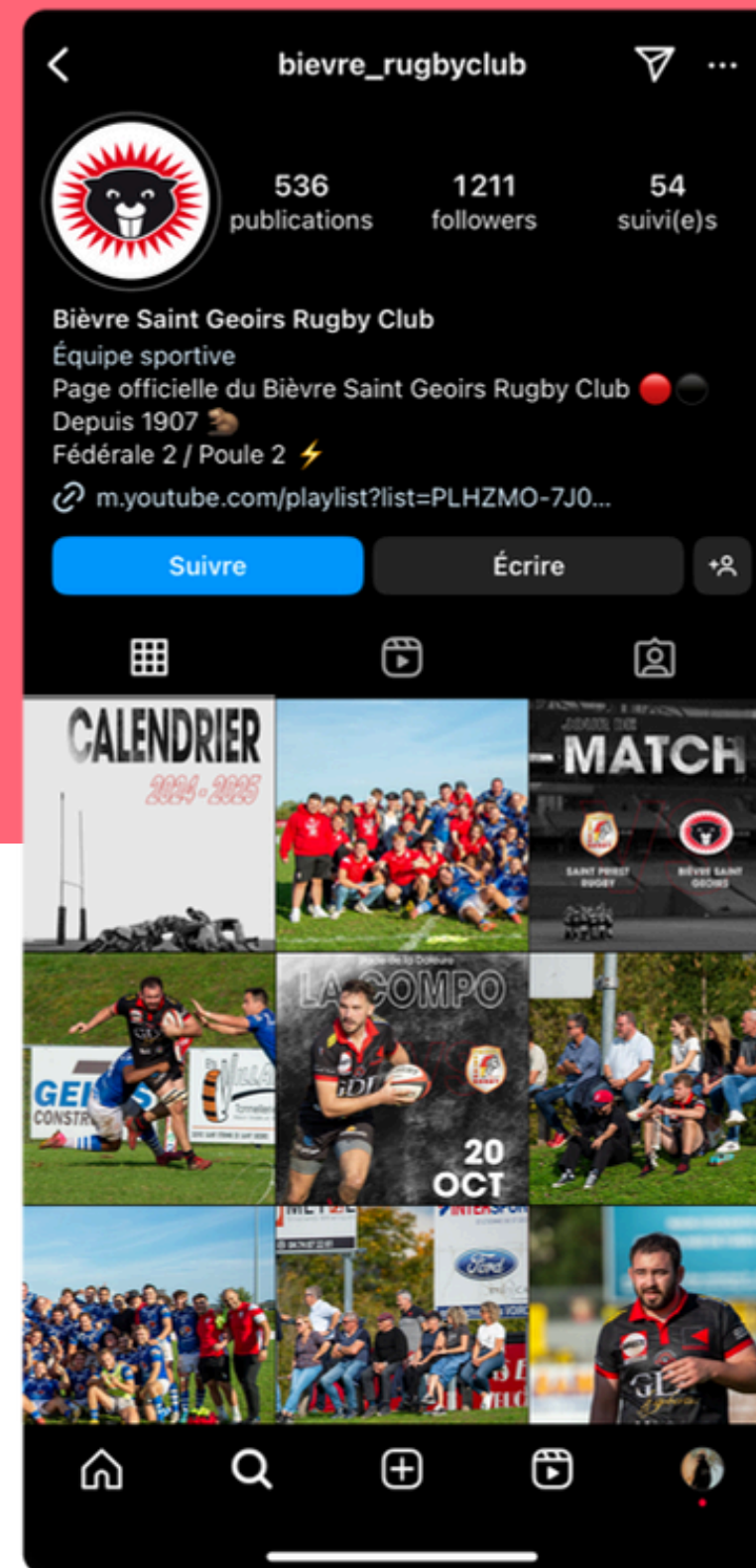
Le rouge et le noir rappellent les couleurs du club et le design épuré renforce son image d'excellence.



Post mettant en avant les supporters

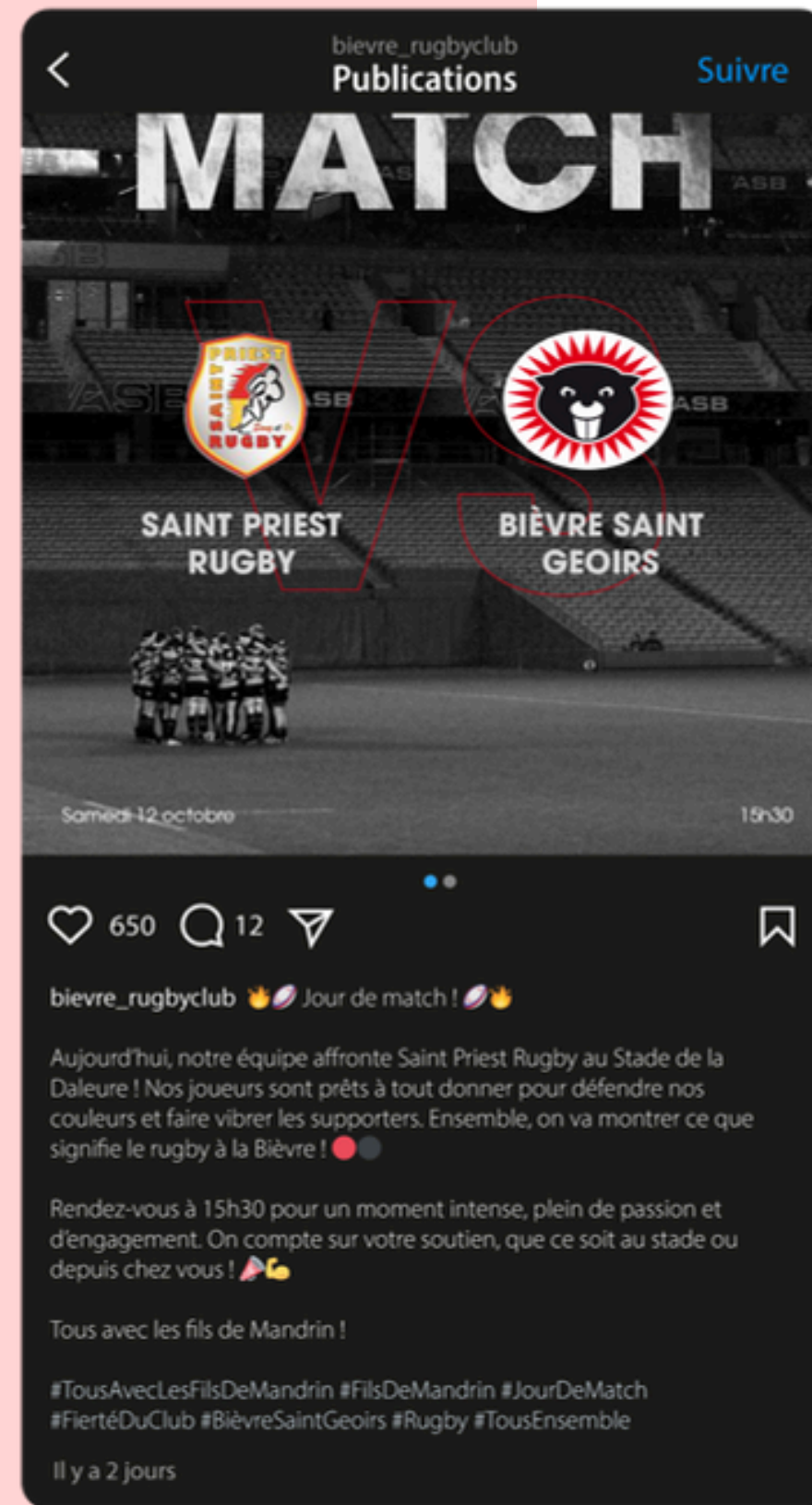
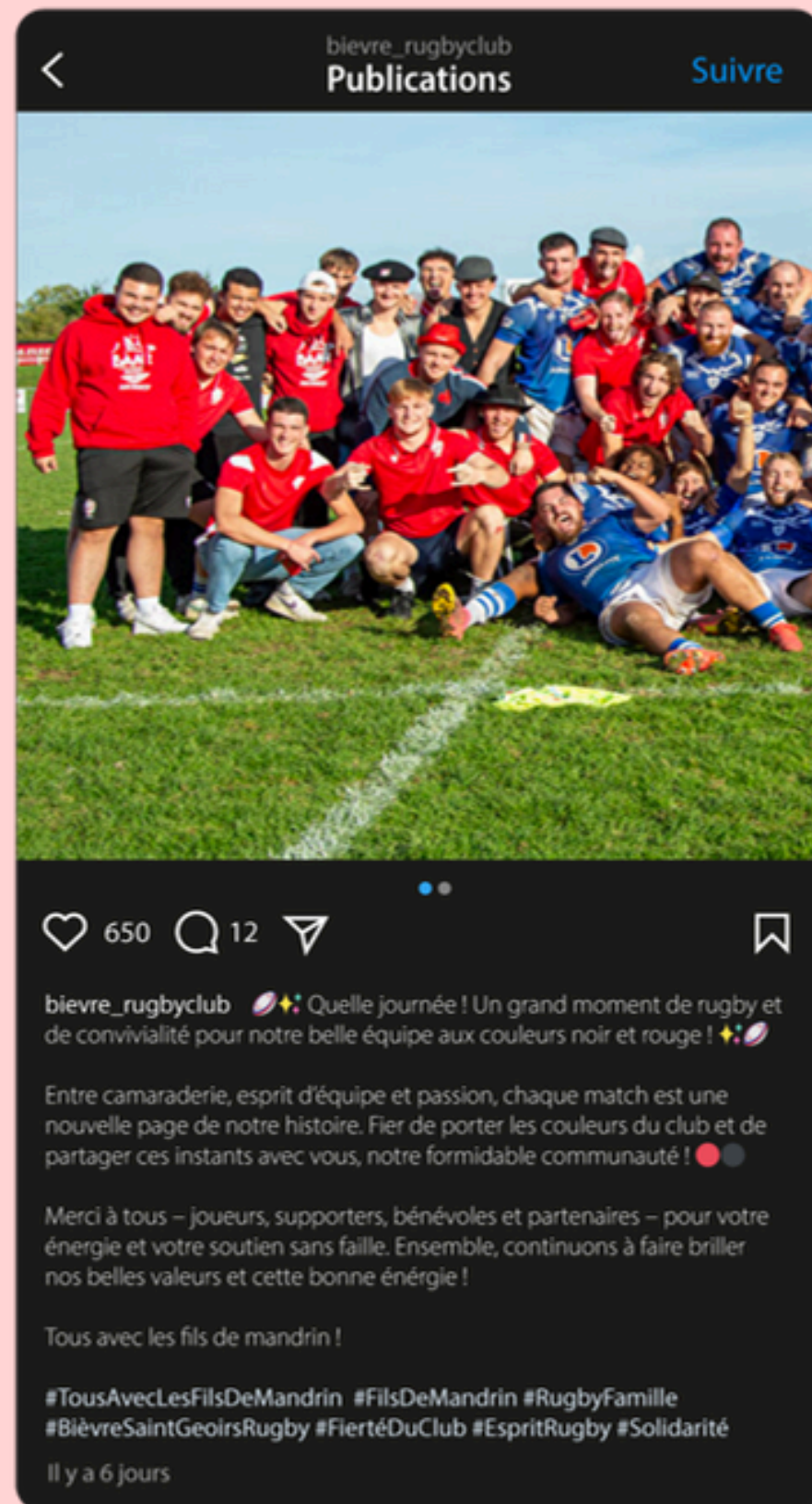
Permet de nouer un lien entre le club et les supporters. Renforce l'esprit de famille et de convivialité.

FEED



Feed avec des posts variés à la fois conviviaux mais aussi professionnels.

Une identité graphique respectée avec des couleurs dominantes et des typographies originales.



DESCRIPTION

Description post d'après match

Retour sur le match précédent et message de remerciement sur celui-ci. Ton convivial, authentique et festif.

Description post jour de match

Annonce du match, sur un ton motivant plein d'espoir.



OFFRE COMMERCIALE

Posts	Coûts	Fréquence	Coût annuel
Salaire community manager	200€/mois	12 mois	3000€
Création de contenus visuels	100€/session	1 session par mois	1200€
Reportage photo / vidéo	150€/match	Pour 10 match	1500€
Outils digitaux (Canva pro)	100€/an	1 an	100€
Amortissement du matériel	500€	Amortissement sur 36 mois	167€
Total dépenses			5967€

DEPENSES

ENTRÉE

Total des dépenses
annuelles (CI):

5967 €

Total des revenus
annuelles (CA) :

9500 €

Recette estimée :

4133 €

Source de revenus	Prix	Nombres	Total
Abonnement supporters premium	50€/an	100 membres	5000€
Partenariats locaux	500€/partenaires	5 partenaires	2500€
Vente de produit dérivés (maillots, goodies)	environ 20€/articles	Pour 100 articles vendus	2000€
Total revenus			9500€

MÉRCI POUR VOTRE CONFIANCE !

L'équipe PlayTalk

À la prochaine, pour un
nouveau projet !

Email

contact@playtalk.com

Phone

+33 7 66 57 43 18

