

we advocacy

Comment l'ASPTT a multiplié par 5  
la visibilité de sa **newsletter interne**  
grâce à we advocacy

ASPTT

FEDERATION  
OMNISPORTS

*cultivons vos envies*



## ASPTT Fédération Omnisports

Créée en 1898, elle compte aujourd'hui **230 clubs** omnisports et **200 000 adhérents**, ce qui en fait la première fédération de clubs omnisports de France.

Partenaire du développement des territoires et au service de l'ensemble de la population, les clubs ASPTT sont ouverts à tous et proposent plus de 220 activités sportives et culturelles.



**200 activités**



**200 000 adhérents**



**20 000 - 30 000**  
personnes engagées  
dans le mouvement



**230 clubs affiliés**  
dans toute la France

## Les missions de l'ASPTT

Les missions de l'ASPTT se concrétisent par la proposition d'une gamme multisport adaptée, la promotion de la pratique sportive, la mise en lumière de certaines activités peu plébiscitées ainsi la valorisation de la mixité dans la culture et dans les pratiques sportives.

De plus, en tant que réseaux de clubs, l'ASPTT rassemble entre 20 000 et **30 000 personnes engagés** dans le mouvement et plus de **200 000 adhérents**.

## Une digitalisation des pratiques de communication à l'échelle d'un réseau

La communication se révèle alors particulièrement importante pour une telle organisation qui fonctionne en réseaux et où la promotion des activités représente un enjeu important.

Cependant l'éloignement géographique entre les clubs ainsi que l'organisation structurelle autour du bénévolats sont deux facteurs qui entraînent certaines difficultés dans la diffusion de l'ensemble des actualités, principalement pour la communication interne

**Les enjeux de communication résident actuellement dans la digitalisation des pratiques.** C'est le rôle de Rafaël Llanes, chargé de communication digitale qui oeuvre pour mettre à profit de nouvelles pratiques digitales pour optimiser la communication au sein des différents clubs et créer un engagement plus important, de la part de tous les membres.

L'association utilise déjà certains outils tels qu' **une newsletter interne mensuelle** avec 2 200 abonnés et **un outil d'intranet** qui compte 1800 inscrits. Si la newsletter envoyée chaque mois permet de mesurer précisément les résultats obtenus, il est plus difficile de quantifier avec précision les consultations sur l'intranet notamment car ce dernier ne prend pas en compte les vues uniques.

## Comment we advocacy a permis l'optimisation de la newsletter interne

Lorsque Rafaël nous a consulté avec son équipe, ils ont compris la réelle valeur ajoutée d'utiliser we advocacy comme un canal de communication supplémentaire.

La solution répond pleinement à leur objectif de communication interne qui est **d'améliorer la diffusion de l'information** ainsi que le niveau d'engagement des membres

En effet, les newsletters internes sont vues essentiellement par les mêmes membres à chaque fois (majoritairement les salariés de l'entreprise). L'objectif est donc **d'élargir le cercle de personnes touchées** au-delà des salariés, en ciblant également une partie des bénévoles.

Au vu de la diversité des membres qui sont à la fois salariés et bénévoles l'outil s'adapte à tous en utilisant la messagerie mail qui est l'outil le plus commun et le plus utilisé. De plus, cela ne nécessite pas d'accompagnement au changement. Une simplicité qui représente un vrai confort à l'échelle de l'ensemble du réseau.

“



“

Nous avons pu constater dès notre première bannière interne, l'efficacité de l'outil. De plus l'équipe we advocacy est toujours à l'écoute, disponible et réactive.

”

**Raphaël Llanes - Chargé de Communication Digitale**

Dès les premières campagnes diffusée et relayée par les nombreux mails échangés, ce nouveau canal de communication a suscité une certaine curiosité de la part des équipes et de membres de la fédération.

Cet intérêt s'est matérialisé par des **résultats très positifs** en termes de visibilité et de clics. Le fait de pouvoir mesurer les performances de chaque campagne est donc un argument qui a séduit l'équipe.

Depuis l'équipe a su poursuivre dans cette lignée en créant et relayant d'autres campagnes présentées ci-dessous :

## Exemples de campagnes





## Ce cas client vous a plu ?

Prenez contact avec notre équipe :  
**[contact@weadvocacy.com](mailto:contact@weadvocacy.com)**



A bientôt nous avons hâte de vous rencontrer !