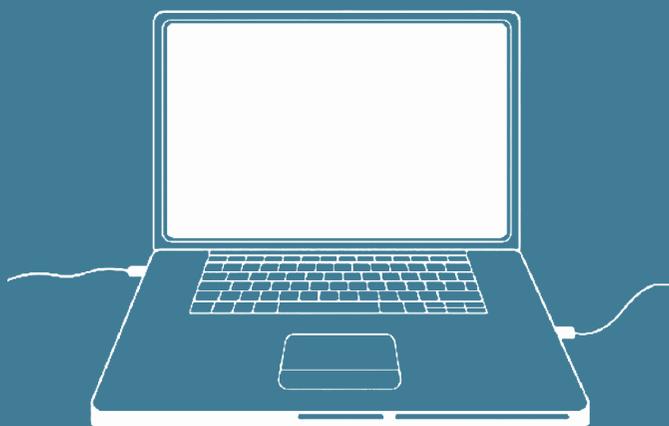


Le guide numérique des associations

S'approprier les outils numériques

Fiches pratiques
Sélection d'outils
Lexique

2012



Préambule

Les nouveaux usages du web transforment profondément notre société. Internet devient le lieu privilégié pour nouer des amitiés, partager un intérêt, ou soutenir une cause. Que cela agace, dépasse ou exalte, la culture numérique a pris une place croissante dans notre société.

La vie associative en pleine révolution numérique

Internet est une formidable opportunité pour le monde associatif. Faire connaître ses projets, animer une communauté ou moderniser la gestion de l'association, les outils web peuvent être utiles à de nombreux égards, selon les besoins de chaque association.

Aider les dirigeants bénévoles à s'approprier les outils web

CitizenPlace est une jeune entreprise citoyenne qui cherche à démocratiser l'usage du numérique dans le monde associatif. Pour répondre aux besoins spécifiques de chaque association, CitizenPlace sélectionne et met à disposition des dirigeants associatifs les meilleurs outils web. Chaque association peut construire gratuitement son extranet sur mesure à partir des nombreux outils proposés.

Un guide pour diffuser des bonnes pratiques du numérique

Le guide du numérique pour associations s'inscrit dans une démarche de démocratisation des outils web dans le monde associatif. Il a été rédigé par CitizenPlace, l'équipe du CAP et Association1901.fr, à l'occasion de la première édition de l'AssoCamp à Paris en janvier 2012. L'AssoCamp est une rencontre ouverte entre des acteurs associatifs et des entrepreneurs web pour faciliter les échanges de bonnes pratiques et démocratiser la culture numérique dans le monde associatif.



Yassine Hamou Tahra

Co-fondateur de [CitizenPlace](#)

Sommaire

Fiches pratiques	4
Fiche n°1 : Créer un site web	4
Fiche n°2 : Tenir un blog associatif	6
Fiche n°3 : Gagner en visibilité	8
Fiche n°4 : Utiliser les réseaux sociaux	10
Fiche n°5 : Collecter des dons en ligne	12
Fiche n°6 : Animer une communauté en ligne	14
Sélection d'outils	16
Outils de gestion	18
Outils de communication	19
Outils de collecte	20
Outils de collaboration	21
Lexique	22

Fiche n° 1 : Créer un site web

Pourquoi ?

Avant de créer votre site web, il convient de se poser quelques questions : quel rôle va-t-il jouer pour votre association ? A qui s'adressera-t-il ? Quel est l'objectif du site web : faire connaître votre association ou simplement informer de vos actions ? Quel est l'intérêt du site pour les internautes qui le visitent ? Comment les internautes vont-ils découvrir le site ?

Comment faire ?

Il existe de nombreuses méthodes pour créer le site web de votre association, selon votre budget et vos compétences informatiques.

- Prestation extérieure : Si votre association dispose d'un budget pour la réalisation du site internet, vous pouvez faire appel à un développeur indépendant ou à une agence web. Pour vous donner un ordre d'idée, vous pouvez envisager un budget d'environ 1000€ pour un site comportant 3 ou 4 pages. De nombreux prestataires proposent des réductions pour les projets associatifs. Un cadeau qui peut s'avérer dangereux si l'association n'a pas les moyens d'assurer la maintenance du site web.

- Réalisation en interne : Si vous disposez des compétences au sein de votre association, cela reste évidemment la solution à privilégier pour des raisons évidentes de coût, de souplesse, etc. Cela suppose de réserver un nom de domaine, choisir un hébergeur web et de coder les pages en HTML / CSS voire PHP si vous avez besoin d'une base de données.

- Générateur de sites web : Il existe un grand nombre de solutions plus ou moins payantes sur Internet qui vous permettent de créer votre site web très facilement en partant d'un modèle. Selon la qualité de l'offre choisie, vous aurez plus ou moins de souplesse pour modifier la charte graphique et ajouter du contenu comme vous le voulez. C'est la solution la plus simple pour mettre en place un site web rapidement au moindre coût. Vous trouverez dans la partie « Sélection d'outils » des générateurs de sites web adaptés aux besoins d'une association, comme Quomodo ou Jimdo.

Zoom sur les plateformes CMS

Un CMS, ou Système de Gestion de Contenu en français, est un système technique qui permet d'administrer un site web sans connaissance technique. L'installation du CMS suppose quelques connaissances techniques, mais il vous sera ensuite possible de publier des articles ou une vidéo très facilement. Wordpress est le CMS de référence aujourd'hui, il est utilisé par plus de 8% des sites web dans le monde.

Précautions

- Avant de vous lancer dans la réalisation d'un site web, sachez que cela demande du temps à mettre en place, et surtout à mettre à jour régulièrement ! Un site web dont le contenu ne change pas sera rapidement déclassé par les moteurs de recherche.

- L'élaboration du cahier des charges du site web est une étape très importante, souvent négligée. Que votre site soit réalisé en interne ou par un prestataire, vous devez prendre le temps de formaliser les spécifications du site : objectif général, arborescence des pages, structure graphique, etc.

- Si vous décidez de recourir à un prestataire, vous devez vous assurer que vous disposez de la possibilité de changer de prestataire en cas de problème. Cela suppose notamment que vous soyez propriétaire du nom de domaine, et que le prestataire vous fournisse les identifiants FTP voire les codes d'accès à la base de donnée.

- Disposer d'un site web ne vous garantit pas que votre site web attirera des visiteurs. Le référencement par les moteurs de recherche comme Google prend plusieurs semaines, et surtout vous devez effectuer un travail de fond pour que votre site web gagne en visibilité (cf. [Fiche n°3 : Gagner en visibilité](#)).

Liens utiles

Plateforme CMS

fr.wordpress.com

www.blogger.fr

Générateur de sites web

www.quomodo.com

www.loi1901.com

fr.jimdo.com

ww.asso-web.com

www.sitego.fr

Fiche n° 2 : Tenir un blog associatif

Pourquoi ?

Parce qu'il ne nécessite pas de compétence informatique, le blog est LA solution pour les associations et leurs dirigeants fâchés avec l'informatique ou internet. Une fois installée, la publication d'articles sur le blog revient à utiliser un traitement de texte ; rien à voir avec un site développé en dur qui nécessite de "mettre les mains dans le code" chaque fois qu'on veut changer une virgule.

En pressant le bouton magique "Publier", le moteur de blog transforme automatiquement, sans aucune intervention manuelle, votre texte en une jolie page HTML. Le blog, dans sa version la plus simple, consiste en un fil continu d'articles qui se succèdent par ordre chronologique. Publier un nouvel article ne nécessite donc aucune modification de la structure du site, celui-ci venant automatiquement se placer à la suite des précédents. Avec un blog, vous serez le « patron » du site de votre association et pas le bénévole ou le prestataire extérieur expert en informatique.

Le blog ne coûte rien (ou presque). L'investissement reste de toutes manières inférieur à une centaine d'euros par an, à comparer au coût de développement d'un site "en dur" par un spécialiste, qui peut atteindre plusieurs milliers d'euros. Par la suite, il faudra renouveler chaque année le nom de domaine et l'hébergement, mais ce seront des dépenses sans commune mesure avec le coût

Le blog autorise une rédaction à plusieurs auteurs. La seule compétence requise pour tenir un blog est une certaine aisance rédactionnelle et un peu d'imagination. Il est donc possible d'envisager un site associatif "multi-auteurs" où chacun dans l'association pourra contribuer aux contenus selon ses fonctions, sa sensibilité ou ses centres d'intérêts.

De cette manière, la communication "web" de votre association n'est plus un pinsum porté (ou confisqué) par une seule personne, mais bien l'expression de la communauté associative, chacun pouvant y trouver la place qui lui convient. La contribution collective aux contenus du blog est un élément fédérateur pour l'association, facteur de cohésion interne et d'émulation.

Avec un (ou plusieurs) rédacteurs un peu assidus, le blog colle toujours à votre actualité associative. Préparatifs de la prochaine manifestation, bilan de la précédente, nouveaux entrants, projets à creuser par la communauté, actualités sectorielles de l'association : sur un blog, on peut faire "feu de tout bois", dans des textes courts et ramassés ou en publiant une simple photo avec des commentaires.

Tous les spécialistes vous le diront : le blog est performant en terme de référencement internet. Google et les autres moteurs de recherche accordent une "prime" aux sites dont les contenus sont fréquemment mis à jour. Ce qui relève de la prouesse technique et est réservé aux grosses structures devient accessible à la plus modeste des associations, si tant est qu'elle dispose en son sein d'un rédacteur un peu proluxe.

Avec un blog bien entretenu, si la cause ou les centres d'intérêts de votre association sont assez "pointus", vous pouvez espérer "jouer dans la cour des grands" et retrouver votre association bien placée dans les pages de résultats des moteurs de recherche.

Le blog suscite le dialogue avec les visiteurs et encourage l'interactivité. Contrairement aux sites "en dur" (encore !), chaque article de blog peut être commenté par les visiteurs. Ces commentaires postés par des membres de l'association ou des personnes extérieures constituent autant d'invitation à dialoguer à propos de l'association et de ses activités.

Les réseaux sociaux aiment également les blogs. Grâce à son flux RSS, le blog permet la syndication des contenus publiés, c'est-à-dire leur exportation sur d'autres sites, dans un format préservé. Ce dispositif technique est utilisé pour republier les articles du blog sur les différents réseaux sociaux. Ainsi on fait d'une pierre deux coups : en alimentant le blog, on enrichit le site de l'association, tout en diffusant l'information sur les réseaux sociaux.

Comment faire ?

Pour les associations qui souhaitent ne rien dépenser, il existe de nombreuses plateformes de blogging qui sont gratuites comme Wordpress ou Blogger.

Pour ceux qui veulent bloguer sous leur propre nom de domaine, et non sur www.asso-machin.wordpress.com, on peut investir quelques dizaines d'euros dans un nom de domaine et un hébergement mutualisé. Il faut alors installer sur son domaine un moteur de blog, un logiciel qui va prendre en charge l'interface de publication et la construction technique du site. Ces logiciels sont pour la plupart gratuits et open-source ; on peut citer parmi d'autres Joomla, Wordpress, DotClear. Même si elle n'est pas triviale, cette installation reste néanmoins à la portée de tout le monde (Wordpress revendique une installation en quelques clics).

Les précautions

Les publications sur le blog deviennent publiques et sont accessibles à tous les utilisateurs d'internet. L'association éditrice du blog engage donc sa parole... et éventuellement sa responsabilité. Avant de confier le blog, on s'assurera que les rédacteurs maîtrisent bien les tenants et aboutissants de la communication auprès du grand-public.

Le moteur de blog étant sécurisé, l'accès à l'interface de publication se fait avec un login et un mot de passe. Lorsqu'une seule personne détient ces codes d'accès, l'association peut se retrouver privée de son site, victime d'un chantage ou de la négligence de l'administrateur unique du blog. On aura donc intérêt à prévoir plusieurs administrateurs par sécurité et même lorsque la gestion du blog est confiée à une seule personne.

Fiche n° 3 : Gagner en visibilité

Pourquoi ?

Si la majorité des associations cherche à gagner en visibilité, les objectifs peuvent être très différents : faire connaître une cause pour une association militante, attirer de nouveaux adhérents pour une association sportive, etc.

Avant de voir comment Internet peut aider votre association à gagner en visibilité, il convient de se poser quelques questions : Pourquoi votre association cherche-t-elle à se faire connaître ? Auprès de qui cherchez-vous à gagner en visibilité ? Pourquoi ces personnes s'intéresseraient-elles à votre association ? Que pouvez-vous apporter aux personnes auprès de qui vous désirez faire connaître vos actions ?

Comment faire ?

En supposant que votre association dispose déjà d'un site internet, quelles sont les techniques pour gagner en visibilité sur Internet ?

• **Référencement du site internet** : Pour de nombreuses associations, les moteurs de recherche, notamment Google, représentent une bonne part des visites sur le site. Pour que votre site web apparaisse bien classé quand on effectue une recherche sur la thématique de votre association, il s'agit d'améliorer votre référencement naturel. Pour classer les résultats, les moteurs de recherche prennent en compte des milliers de paramètres. Par conséquent les techniques de référencement sont très nombreuses. Deux paramètres sont particulièrement importants :

- Le contenu des pages du site, ce qui suppose de mettre en avant les mots clés importants et de publier un maximum de contenu,
- La quantité et la qualité des liens d'autres sites web vers le votre, à vous d'entrer en contact les sites web proches du votre pour les inviter à vous référencer.

• **Inscription sur des annuaires** : Il existe de nombreux annuaires qui référencent des associations. L'inscription de votre association se fait généralement en remplissant un formulaire sur le site de l'annuaire. L'intérêt est double, d'une part, cela vous permet de gagner en visibilité auprès des visiteurs de l'annuaire et d'autre part, cela vous permet d'obtenir un lien vers votre site, ce qui contribue à améliorer votre référencement naturel sur les moteurs de recherche. N'oubliez pas les portails régionaux, départementaux voire le site de votre mairie, qui sont de bons moyens d'obtenir une visibilité locale. Exemple : annuaire SIMPA pour la mairie de Paris.

• **Présence sur les réseaux sociaux** : Facebook réunit plus de 15 millions d'utilisateurs en France. Pour gagner en visibilité auprès de ces millions d'internautes, vous pouvez créer une « page » dédiée à votre association. Cette page vous permettra de présenter rapidement votre association et d'échanger avec vos soutiens. Par ailleurs, il existe d'autres réseaux sociaux sur lesquels il peut également être utile d'inscrire votre association, notamment des réseaux sociaux associatifs comme LesAssos.com.

- **Autres techniques** : Il existe encore de nombreuses méthodes pour gagner en visibilité gratuitement : campagne de mailing, échange de bannières, etc. Tout dépend du temps et des ressources que vous êtes prêt à investir, et surtout de vos objectifs. Par exemple, la mise en place d'une newsletter régulière peut être une bonne méthode pour fidéliser vos soutiens, c'est une pratique très utilisée par les associations militantes et humanitaires, mais l'intérêt pour un club sportif est plus limité.

Précautions

- Avant d'investir du temps voire de l'argent pour améliorer votre visibilité sur Internet, assurez-vous d'avoir un message fort et cohérent sur lequel communiquer. Prenez le temps de définir votre message principal, les mots clés et les thématiques associés, cela vous permettra de garder une cohérence dans votre discours quel que soit le support : site web, réseaux sociaux, mailing, etc.

- Certaines techniques ont un impact structurel sur votre visibilité alors que d'autres ont un impact limité dans le temps. Par exemple, un travail de fond sur le contenu de votre site web vous permettra d'améliorer structurellement la qualité de votre référencement, mais les résultats ne seront visibles qu'après plusieurs mois. En revanche, une campagne de mailing aura un effet temporaire. A vous de bien répartir vos investissements dans les canaux structurels et conjoncturels selon vos objectifs.

- Selon le public visé, les canaux de communication utilisés n'ont pas le même impact. Pour prendre un exemple simple, les personnes âgées sont davantage sensibles aux newsletters qu'aux réseaux sociaux, alors qu'on observe le phénomène inverse pour les internautes de moins de 30 ans. En conclusion, il est important de choisir des canaux de communication selon le public ciblé, cela paraît évident, mais peu d'associations en tiennent compte !

Liens utiles

Informations

www.techniques-de-referencement.fr

www.comm-asso.com

Annuaire

www.net1901.org

www.association-service.com

www.paris.fr/association

Fiche n° 4 : Utiliser les réseaux sociaux

Pourquoi ?

Gagner en visibilité, construire une communauté en ligne, mobiliser de nouveaux soutiens ou même organiser certaines de vos actions, les réseaux sociaux peuvent être utiles à votre association dans de nombreuses situations.

Fort de plus de 800 millions d'utilisateurs dans le monde, Facebook est de très loin le réseau social le plus utilisé, mais il en existe bien d'autres (cf. liens utiles). Les réseaux sociaux professionnels comme Viadeo ou LinkedIn peuvent vous aider dans votre recherche de partenaires privés alors qu'un réseau social comme Twitter vous permettra de relayer vos actions et de suivre l'actualité de votre secteur.

Comment faire ?

Il y a de multiples manières d'utiliser les réseaux sociaux. Si votre objectif est de gagner en visibilité, il vous faudra créer une page ouverte et publier très régulièrement du contenu ; si vous voulez simplement échanger avec vos membres, alors l'approche sera bien différente : il s'agira plutôt de créer un groupe fermé, réservé aux seuls membres en vue d'échanges internes.

Pour vous aider à mieux prendre en main les réseaux sociaux, nous vous proposons ici une démarche type, en vous appuyant notamment sur Facebook.

1. Choisir les réseaux : Avant de choisir les réseaux sociaux sur lesquels vous désirez communiquer, il est préférable de connaître les usages propres à chacun. Prenez le temps de regarder la manière dont des associations proches de la votre communiquent sur chaque réseau, cela vous aidera à comprendre comment vous pouvez utiliser l'outil.

2. Définir une stratégie : Quel est l'objectif de votre présence sur les réseaux sociaux ? Combien de temps êtes-vous prêt à investir ? Qui s'en occupera aujourd'hui ? et demain ? Quelle est votre cible ? Quel message voulez-vous faire passer ?

3. Définir une ligne éditoriale : Pour éviter de vous retrouver au bout de quelques semaines à court d'idées et garder une certaine cohérence dans vos publications, prenez le temps de définir une ligne éditoriale claire, surtout si plusieurs personnes publient sur votre compte. Un bon exercice consiste à lister les thématiques proches de votre projet avec des exemples de publications possibles pour chacune.

4. Echanger avec la communauté : Après toutes ces étapes, vous êtes prêts à créer votre compte pour publier vos premiers messages ! Pour que vos messages soient relayés, vous devez favoriser au maximum les interactions avec vos lecteurs. Les techniques sont nombreuses : répondre à chaque commentaire, poser des questions, publier des contenus polémiques, etc.

5. Analyser les retours : Après quelques semaines d'échanges, faites un bilan en analysant les premiers retours. La participation est-elle à la hauteur de vos attentes ? Tous les membres de votre association se sont-ils impliqués ?

Précautions

- Attention à vos données personnelles ! La plupart des réseaux sociaux, et notamment Facebook protègent très peu les données personnelles des utilisateurs. Les réseaux sociaux ont intérêt à ce que vous rendiez public un maximum d'informations, c'est pourquoi les paramètres de confidentialité sont souvent réglés par défaut sur « public ». Prenez bien le temps de vérifier les réglages de confidentialité, voire les conditions d'utilisation du service, avant de publier des données sensibles !

- L'utilisation des réseaux sociaux relève davantage du marathon que du sprint. Veillez à vous y préparer et surtout ne relâchez pas vos efforts ! Il faut souvent des mois de publications et d'échanges réguliers avant de voir un décollage significatif du nombre de soutiens.

- Les membres de votre association sont vos premiers relais, il faut vous appuyer sur eux ! Invitez les à participer aux échanges, expliquez leur pourquoi votre présence sur les réseaux est importante ou responsabilisez-les en leur attribuant une thématique spécifique : les membres de votre association doivent se sentir parties prenantes de vos actions même sur les réseaux sociaux !

Liens utiles

Réseaux sociaux généralistes

www.facebook.com

www.twitter.com

Réseaux professionnels

www.linkedin.com/fr

www.viadeo.com

Réseaux sociaux thématiques

www.lesassos.com

fr.wiserearth.org

Fiche n° 5 : Collecter des dons en ligne

Pourquoi ?

Le financement de nombreuses associations, notamment caritatives et humanitaires, s'appuie sur l'appel à la générosité, en particulier grâce aux réductions d'impôts pour les dons réalisés au profit d'organismes d'intérêt général.

Aujourd'hui, plus de 3% des dons sont réalisés sur Internet, et cette proportion ne cesse d'augmenter ! Internet peut vous aider à toucher de nouveaux donateurs et à fidéliser vos donateurs traditionnels. Attention, collecter des dons sur Internet n'est pas la solution miracle aux problèmes de financement de votre association ! Cela prend du temps et les résultats sont très liés à votre capacité à être visible et à créer une relation de confiance avec vos donateurs.

Comment faire ?

Avant de vous présenter les différents dispositifs qui peuvent être utilisés pour collecter des dons en ligne, il est important de se poser quelques questions préliminaires :

- Mon association est-elle d'intérêt général au sens de l'article 200 du Code Général des Impôts ? C'est uniquement à cette condition que votre association peut remettre aux donateurs des reçus fiscaux ouvrant droit à réduction d'impôts pour le donateur.

- Les dons sont-ils destinés à un projet ou à l'association dans sa globalité ? Sous l'impulsion des ONG et des différentes réglementations, de nombreuses associations collectent des dons pour des projets spécifiques et non pour l'association dans son ensemble. Cette tendance semble également motivée par les donateurs qui cherchent de plus en plus à connaître l'utilisation des dons.

- Mon association dispose-t-elle d'une visibilité suffisante pour attirer des donateurs par elle-même ? Si la réponse est oui, vous devez chercher avant tout un dispositif technique pour collecter de l'argent en ligne et créer une relation forte avec vos donateurs.

Présentation des dispositifs existants pour collecter de l'argent en ligne :

- Page ou widget de collecte : Des services web comme Izi Collecte vous permettent de collecter de l'argent au moyen d'un « widget » à intégrer sur votre site internet ou en générant une page web personnalisable sur laquelle vous pouvez renvoyer vos donateurs. Cette solution est parfaitement adaptée si vous disposez déjà d'une base de donateurs et que vous recherchez avant tout une solution technique.

- Plateforme de crowdfunding : En inscrivant votre projet sur une plateforme web comme KissKissBankBank ou Ulule, vous pouvez attirer de nouveaux donateurs. Pour chaque projet, les potentiels donateurs ont accès à une présentation incluant la somme recherchée, ils n'ont plus qu'à choisir le projet de leur choix !

- **Agence de communication** : Si le recours à une agence de communication reste évidemment la solution la plus onéreuse, c'est la seule solution qui vous permette de disposer d'un accompagnement spécifique à vos besoins. Des agences comme Maxyma, Excel ou Limite, disposent d'une grande expertise et de tous les outils nécessaires pour la mise en place de campagne de collectes adaptées à votre association.

Précautions

- Attention à ne pas délivrer de reçus fiscaux ouvrant droit à réduction d'impôts si votre association n'est pas d'intérêt général. Pour vous assurer que votre association respecte les conditions et peut délivrer des reçus fiscaux, il est vivement recommandé d'effectuer une procédure de rescrit auprès de l'administration fiscale.

- Pour fidéliser vos donateurs et les inviter à faire connaître votre association ou projet, vous devez créer une relation de confiance avec eux. Cela suppose un effort de transparence à tous les niveaux, vous devez prendre le temps de communiquer sur vos activités via votre site web, un blog ou une newsletter par exemple.

- Une campagne de collecte sur Internet est considérée par la loi comme menée à l'échelon national. Légalement, cela suppose que votre association effectue une déclaration préalable de campagne à la préfecture et établisse un compte d'emploi annuel des ressources collectées. Beaucoup d'associations au budget inférieur à 153 000 € ignorent cette obligation, mais on ne peut que vous conseiller de respecter la loi.

Liens utiles

Informations

www.recus-fiscaux.com

Services web

www.izi-collecte.com

www.mailforgood.com

www.bankeez.com

www.kisskissbankbank.com

www.alvarum.fr

www.paypal.com

Fiche n° 6 : Animer une communauté en ligne

Pourquoi ?

Aujourd'hui, toutes les organisations (entreprises, administrations, organisations à but non lucratif, communautés plus ou moins formalisées) sont présentes d'une manière ou d'une autre sur le web, parce que c'est là qu'elles rencontrent et conquièrent une partie grandissante de leur public ou de leur clientèle.

La révolution internet et l'avènement du web 2.0 ont fait apparaître des problématiques communautaires toujours plus présentes. Pour bien les intégrer au sein de votre association, il est essentiel d'identifier dans un premier temps les attentes de votre public sur la toile et dans un second temps de trouver les moyens de les satisfaire. Être attentif aux attentes de votre communauté et veiller à les satisfaire prend du temps mais un site web vivant et attractif aura le mérite de retenir vos visiteurs pour devenir progressivement le point de ralliement des membres de votre communauté.

Comment faire ?

Prenez en compte les spécificité de chaque membre de votre communauté

Le site de votre association doit diffuser toutes sortes de contenus reflétant la dynamique de votre structure. Ces contenus sont destinés aussi bien aux membres qu'aux « personnes de l'extérieur » qui viennent à la rencontre de votre association sur internet. Il est donc essentiel d'avoir en tête que vos visiteurs ne seront pas exclusivement les membres de votre association et d'en adapter le contenu.

Quelque soit le visiteur arrivant sur le site de votre organisation, qu'il s'agisse d'un bénévole de votre association, d'un donateur ou d'une personne qui entretient avec votre structure un lien particulier, il doit pouvoir s'y reconnaître et se sentir reconnu, quelque soit l'objet de sa visite. Cette reconnaissance que vous serez capable de susciter constituera le socle du sentiment d'appartenance à la communauté chez vos visiteurs. Cette motivation fondamentale des individus -appartenir à un groupe- est l'essence même du principe associatif ; ce sera également la clé du succès de votre communauté en ligne. En pratique, cela suppose que chaque individu dispose de moyens d'interagir et de communiquer avec les membres de son groupe pour qu'il puisse se construire une identité et donc exister socialement.

Fidélisez vos visiteurs en postant des contenus pertinents régulièrement

Le web 2.0 naît avec les moteurs de recherche qui créent une vraie valeur ajoutée en fournissant des contenus toujours plus ciblés et pertinents. Avec Google, les gens trouvent facilement n'importe quel type de contenu, de la météo qu'il fera demain jusqu'aux publications scientifiques les plus pointues.

En naviguant sur le site de votre association, les internautes doivent pouvoir y trouver des contenus parfaitement pertinents par rapport aux activités de votre association et à la cause qu'elle défend. Ils doivent également être aussi variés que possible, texte de fond, informations d'actualités, images, sons, vidéos, liens vers d'autres sites, etc. L'ensemble doit être renouvelé régulièrement pour inciter vos visiteurs à revenir sur le site.

Enrichissez progressivement la gestion de vos contenus

Auparavant, on se contentait de consulter des pages web, aujourd'hui une partie significative de la population agit en ligne : on réserve ses voyages, achète des cadeaux de Noël, on se renseigne sur des forums, commente des blogs, partage des photo, etc. Aujourd'hui des communautés en ligne plus ou moins formalisées fleurissent un peu partout : du petit comité de la fête de quartier aux réseaux d'anciens, en passant par les divers « clubs » de marques commerciales.

Pour intéresser et fidéliser vos visiteurs, il faudra donc leur donner les moyens d'interagir sur le site, entre eux et/ou avec l'animateur de la communauté à travers des outils de communication (commentaires, forum, messagerie, etc). Rapidement, vous serez amené à proposer aux utilisateurs des outils et des fonctionnalités plus sophistiqués, en rapport avec la gestion de contenus publiés (fils d'information, partage de favoris, partage photos, édition blog, services en ligne, etc).

Liens utiles

Conseils pratiques

<http://www.conseilsmarketing.com/e-marketing/10-conseils-pour-animer-une-communaute-virtuelle>

<http://www.slideshare.net/tomlaigle/faire-vivre-et-animer-une-communaut-en-ligne-1784389>

<http://cursus.edu/article/10007/creation-animation-une-communaute-pratique-virtuelle/>

Outils de gestion

Gestion des adhésions - Citizen Adhésions

Gratuit

www.gestionassociations.com

Outil de gestion des adhérents et des cotisations : accès sécurisé 24/14h, fiches de membres personnalisées, import / export, envoi d'e-mails, etc.

-  *Simplicité, personnalisation et mises à jour fréquentes*
-  *Non adapté pour plus de 1000 adhérents*

Gestion comptable - Citizen Comptabilité

30 jours d'essai puis abonnement annuel à 59€

www.comptabiliteassociation.com

Logiciel comptable très simple pensé pour les associations : saisie simplifiée, suivi des notes de frais, documents de synthèse PDF, assistance, etc.

-  *Simplicité, performance et personnalisation*
-  *Gestion de la TVA*

Gestion des tâches - Rememberthemilk

Gratuit

www.rememberthemilk.com

Un outil très pratique pour lister et gérer toutes vos tâches et ne plus rien oublier.

-  *Simple et pratique*
-  *Utilisation partagée difficile*

[>> Plus d'outils de gestion pour associations sur le CitizenStore](#)

Outils de communication

Création site web - WordPress

Gratuit - Open Source

fr.wordpress.com

Plateforme de blogs et de sites web mondialement connue. Mise en place d'un blog qui suppose quelques connaissances techniques au départ.

-  *Simple , nombreuses extensions, communauté active*
-  *Installation difficile*

Création site web - Jimdo

Gratuit + options payantes

fr.jimdo.com

Simple et intuitif, Jimdo vous permet de créer votre site web sans aucune connaissance informatique.

-  *Simplicité, design, fonctionnalités diverses*
-  *Publicité pour la version gratuite*

Création blog - Blog4ever

Gratuit + options payantes

www.blog4ever.com

Un outil très simple pour créer un blog dans le but de partager articles, photos, sondages, etc.

-  *Simple à installer et personnalisable*
-  *Publicité pour la version gratuite*

[>> Plus d'outils de communication pour associations sur le CitizenStore](#)

Outils de collecte

Collecte diverses - Bankeez

Commission de 3% - 0,75€ par transaction au minimum

www.bankeez.com

Cotisations, dons, remboursements ou cagnottes, Bankeez vous permet de réaliser toutes sortes de collectes en ligne très simplement.

 *Simplicité, prix, mises à jour fréquentes*

 *Pas de reçus fiscaux*

Collecte dons - Izi Collecte

9€ de mise en service + 0,95€ par transaction

www.izi-collecte.com

Système de collecte simple et sans engagement pour la gestion des dons et cotisations.

 *Simplicité, professionnalisme, fonctionnalités diverses*

 *Frais de mise en service*

Crowdfunding - KissKissBankBank

Commission de 10% sur les sommes récoltées

www.kisskissbankbank.com

Collectez des dons auprès d'une communauté d'internautes bienveillants grâce à KissKissBankBank.

 *Gain de visibilité important, nombreux donateurs*

 *Sélection des projets, commission de 10%*

[>> Plus d'outils de collecte pour associations sur le CitizenStore](#)

Outils de collaboration

Editeur de texte - Titanpad

Gratuit - Open Source

www.titanpad.com

Editeur de texte collaboratif qui vous permet de rédiger et de partager des documents à plusieurs.

-  *Simple et pratique*
-  *Design rudimentaire, peu de mises à jour*

Organisation réunions - Doodle

Gratuit - Options payantes

www.doodle.com

L'outil parfait pour fixer la date d'une réunion entre plusieurs personnes. Déjà utilisé par des millions d'internautes.

-  *Simplicité et richesse des fonctionnalités*
-  *Aucun*

Partage documents - DropBox

Gratuit jusqu'à 2 Go

www.dropbox.com

Stockez et partagez des fichiers facilement via un dossier installé sur votre ordinateur.

-  *Simple et performant. Utilisé par des millions de personnes.*
-  *Aucun*

[>> Plus d'outils de collaboration pour associations sur le CitizenStore](#)

Blog

Le blog est un journal en ligne qui permet à son animateur d'échanger son point de vue avec les lecteurs. Il se présente généralement sous la forme d'une liste d'articles classés du plus récent au plus ancien, chaque article pouvant faire l'objet de commentaires.

De nombreuses plateformes de blogs, comme [Blog4Ever](#), [OverBlog](#) ou [CanalBlog](#), vous permettent de créer votre blog gratuitement.

Crowdfunding

Le crowdfunding, littéralement « financement par la foule », consiste à inviter un grand nombre d'internautes à participer au financement d'un projet.

Il existe de nombreuses plateformes de crowdfunding selon la thématique des projets : [MyMajorCompany](#) pour la musique, [KissKissBankBank](#) pour la culture, etc.

Crowdsourcing

Sur Internet, le crowdsourcing est une pratique consistant à faire appel aux compétences et la bonne volonté des internautes pour enrichir le contenu du site. La référence en matière de crowdsourcing est Wikipedia, l'encyclopédie en ligne à laquelle contribuent plus de 100 000 personnes.

Le crowdsourcing peut prendre des formes diverses. A titre d'exemple, [Ushaidi](#) est un site web qui permet d'agréger des informations en temps réel lors de crises humanitaires grâce à des mails et ou des SMS anonymes.

F.A.I

FAI, acronyme pour *Fournisseurs d'Accès Internet*, désigne des entreprises qui proposent une connexion au réseau informatique Internet. Orange, Free et Neuf sont les principaux FAI français, leurs offres sont diverses : boîtiers ADSL, fibre optique, clé 3G, etc.

Forum

En informatique, un forum est un espace de discussion accessible depuis un site internet. Il peut être ouvert à tous, par exemple le forum de doctissimo.fr, ou réservé à des utilisateurs inscrits, comme le forum d'une association. Contrairement à une messagerie instantanée, appelée souvent « chat », les messages sont enregistrés dans un forum ce qui permet une discussion asynchrone et le référencement des discussions dans les moteurs de recherche.

Hébergeur web

L'hébergeur web s'occupe de stocker tout le contenu des sites web qu'il héberge et les rendre accessibles sur Internet. Le contenu du site web est stocké sur des machines appelées serveurs qui sont gérées par l'hébergeur web. Généralement, les administrateurs du site utilisent un logiciel FTP pour mettre du contenu sur le serveur qui héberge leur site.

Lien

Sur internet, un lien (ou hyperlien) est un groupe de mots ou une image sur lequel on peut cliquer pour accéder à une autre page web. Un lien sur un groupe de mots se présente traditionnellement sous la forme suivante : « [Ceci est un lien](#) »

Si vous cherchez à mieux référencer votre site web sur les moteurs de recherche, vous devez essayer de multiplier les liens d'autres sites vers le votre.

Navigateur web

Le navigateur web est un logiciel qui permet de visualiser des pages web et d'utiliser des liens pour naviguer de page en page. Les navigateurs les plus utilisés sont : Google Chrome, Mozilla Firefox et Internet Explorer.

Il est recommandé de mettre à jour régulièrement son navigateur pour afficher correctement les pages internet qui utilisent les dernières technologies web.

Nom de domaine

Le nom de domaine est l'adresse unique d'un site internet saisie par un internaute pour s'y connecter. Exemple : association1901.fr

Le nom de domaine se compose du nom du site, « Association1901 » dans l'exemple, et d'une extension, « fr » dans l'exemple) séparé du nom par un point. L'extension peut indiquer la nationalité du site (fr, be, eu, etc.) ou son activité (com, biz, info, org, etc.).

Open source

On parle de logiciel « open source » pour qualifier les logiciels libres, des programmes informatiques dont le code source peut être exécuté, lu, modifié et redistribué. Le mouvement « open source » cherche à augmenter le nombre de logiciels distribués sous licence libre dans le but de faciliter la diffusion de la connaissance et le développement informatique collaboratif.

Un logiciel libre n'est pas forcément gratuit, même si c'est généralement le cas. Il existe de plus en plus de Sociétés de Services spécialisés en Logiciels Libres (SSLL) dont le modèle économique s'appuie sur la formation ou le paramétrage des logiciels libres.

Référencement

Le référencement d'un site internet, c'est l'art d'améliorer sa visibilité sur les moteurs de recherche comme Google. Un site web bien référencé est un site qui attire beaucoup de visiteurs depuis les moteurs de recherche.

On distingue traditionnellement deux types de référencement :

- Référencement naturel (ou organique) : plus votre site web est connu des moteurs de recherche (liens vers votre site, contenu proposé, etc.), plus votre site apparaîtrait haut pour une recherche sur une expression proche du contenu de votre site.
- Référencement payant : le site web apparaît dans la colonne de droite des résultats de recherche pour des mots clés qui ont été choisis, et achetés, par l'éditeur du site. Le service Adwords de Google règne en maître sur le référencement payant.

Réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont des sites web dont l'objectif principal est de créer des interactions entre les membres du réseau. Généralement, chaque utilisateur dispose d'un profil personnel à partir duquel il peut créer, partager ou commenter du contenu.

Facebook, fort de plus de 800 millions d'utilisateurs dans le monde, est le principal réseau social mondial. Il existe de nombreux réseaux sociaux thématiques : Viadeo ou LinkedIn pour le réseau professionnel, SensCritique pour la culture, etc.

RSS

Les flux RSS sont un moyen simple et pratique pour se tenir au courant des mises à jour de vos sites favoris. Concrètement, il s'agit d'un fichier texte dont le contenu est généré automatiquement suite aux mises à jour du site. Vous pouvez ensuite utiliser un lecteur de flux RSS comme [Google Reader](#) pour accéder aux flux RSS auxquels vous êtes abonné.

Les flux RSS audio ou vidéo sont appelés *podcasts*. Vous pouvez ainsi vous abonner aux podcasts de votre émission radio ou de votre série préférée via un logiciel comme iTunes par exemple.

Spam

Un spam, ou « pourriel » pour les militants de la francophonie, est un e-mail non sollicité par celui qui le reçoit. Il s'agit généralement d'envois massifs d'e-mails à des fins publicitaires. Il existe un certain nombre d'outils anti-spam, souvent intégrés aux logiciels de messagerie, qui permettent de limiter ce type de messages. Néanmoins, la meilleure technique reste de ne pas donner son adresse e-mail à n'importe qui sur Internet !

Streaming

Le streaming est une technologie très utilisée sur Internet pour permettre la lecture d'un contenu audio ou vidéo à mesure qu'il est diffusé. On parle généralement de site de streaming pour qualifier un site web qui réunit des vidéos qui peuvent être regardées sans avoir besoin de les télécharger au préalable, Youtube par exemple.

Tweet

Un tweet est un message de 140 caractères diffusé sur le réseau social Twitter, qui revendique aujourd'hui plus de 100 millions d'utilisateurs actifs dans le monde. Sur twitter, vous disposez d'une page web personnelle qui agrège tous les tweets postés par les personnes que vous avez décidé de suivre. Réciproquement, les tweets que vous postez sont sur la page de toutes les personnes qui vous suivent, vos *followers*.

Web 2.0

Le web 2.0 est un terme générique utilisé depuis 2005 pour désigner l'ensemble des techniques et des usages qui sont apparus au début des années 2000 : interactions entre utilisateurs, partage de contenu, sites web dynamiques, etc. Facebook, Youtube, Flickr sont les sites emblématiques du Web 2.0

Webmaster

Le webmaster est la personne qui s'occupe de l'administration du site internet : mise à jour du contenu, référencement, etc. Le webmaster n'est pas forcément la personne qui a développé le site web.

Widget

En informatique, un widget est un petit outil qui permet généralement d'obtenir des informations : météo, actualité, dictionnaire, etc. Les widgets peuvent s'installer sur votre navigateur web, on parle parfois d'extensions ou de plugins, ou un sur un site web. Le site web Netvibes vous permet par exemple d'aggréger tous les widgets de votre choix sur une seule page.

Wiki

Un wiki est un site web dont les pages sont modifiables par les visiteurs. L'objectif est de permettre une écriture collaborative du contenu de la page. L'encyclopédie Wikipedia est le wiki le plus utilisé au monde.

Il existe des sites web qui vous permettent de créer vos propres wiki, dans le but d'écrire un règlement intérieur à plusieurs par exemple : [TitanPad](#), [CafeWiki](#), etc.

Merci pour votre lecture

Nous espérons que ce guide vous aura été utile.

N'hésitez pas à contacter l'équipe CitizenPlace pour suggérer des améliorations sur le contenu du guide ou simplement pour partager votre vision des outils web pour associations.



contact@citizenplace.com

Auteurs du guide



Les outils web de l'action collective
www.citizenplace.com

Association1901.fr

Le portail web des associations 1901
www.association1901.fr



Un centre de ressources pour les associations parisiennes
www.paris.fr/accueil/associations