le pouvoir des fleurs pour les petits frères des Pauvres



- Trouvé ce mini site très complet (le site ici), réalisé par Devolia pour les petits frères des Pauvres à l'occasion de la journée des personnes âgées le 1er octobre.

Une charte graphique résolument « power flower », dans la lignée de la devise d'Armand Marquiset (fondateur des petits frères) : « des fleurs avant le pain ».

- On retrouve sur le site les fonctions permettant

  - de présenter le concept et le principe de l'opération.
  - de proposer différents moyens de participer :
    1. participer physiquement à l'opération (acheter une fleur, l'offrir à une personne âgée de sa connaissance);
    2. participer virtuellement (ajouter une fleur dans le jardin virtuel);
    3. relayer l'opération;
    4. faire un don;
    5. devenir bénévole;
  - une carte Google maps permet de situer les lieux où se déroule l'opération.
  - les différentes formes d'action bénévole proposées par l'Association (sur le terrain, dans les services supports).

- un espace journaliste.
- la possibilité de partager la campagne (outils pour les webmasters).

Le don, l'engagement bénévole, la possibilité de relayer la campagne via Facebook ou email sont par ailleurs mis en avant sur la page d'accueil du site.

- Les temps changent !

On se souviendra de l'opération « Offrez vous un sourire » (vente de tournesols), organisée par l'Association des Paralysés de France en 2003.

Pas de mini site à l'époque (le concept n'était pas développé), mais une opération nationale relayée sur le site institutionnel, et dans un magazine créé pour l'occasion (rappel ici).

- L'opération menée ici par les petits frères s'appuie à la fois sur le mini site développé pour l'occasion (viralité, récupération de nouveaux contacts, fourniture d'informations sous une forme adaptée) , tout en maintenant un lien fort et un ancrage avec l'action sur le terrain et le tissu local de l'Association.

---

charity:water utilise twitter … et réciproquement

- L'association CHARITY:WATER s'est appuyée sur le réseau TWITTER pour l'organisation du TWESTIVAL 2009.

A cette occasion, au moins deux questions à poser :

- c’est quoi twitter ? (*une plateforme de micro blogging*)
- A quoi cela peut-il bien servir pour une association ? (*à savoir, à faire-savoir*)

C’est quoi?

- une plateforme qui vous permet de poster des billets, d’une longueur maximale de 140 caractères. Cela impose d’aller à l’essentiel, dans un style **concis** et « sms-ien » !

Cela c’est pour le contenu.

- Pour l’aspect réseau social, l’idée est de choisir parmi tous les membres du réseau, ceux que l’on désire « écouter » : les contenus de leurs billets seront alors **affichés en temps réel** sur votre blog.

De la même manière, vos billets seront **immédiatement repris** sur les blogs de ceux qui vous auront choisi comme « guide ».
Une **infinité de chaines** (certains pourraient parler de cordées) sont alors constituées au gré des besoins de chacun.
Tout cela est bien expliqué sur wikipedia, ainsi que sur le blog du twestival de Clermont-Ferrand.

Quelle utilité pour une entreprise de manière générale ?

- Ecouter : animer une veille sur son marché, ses clients et fournisseurs, ses concurrents (pour autant que le secteur d’activité soit représenté dans le réseau !).
- Parler : se positionner comme expert en apportant des avis ou des informations.
- Se parler : comme outil de communication interne (intégré à un intranet)
- Animer : organiser des événements, y participer en tant que sponsor.

- Sans oublier l’aspect non institutionnel : ce sont des individus qui sont amenés à s’exprimer, et non l’entreprise elle-même. La communication relèverait ainsi directement des opérationnels, ce qui n’est pas sans poser problème(s).

et plus précisément pour une association ?

- Dans le cadre de ce genre d'opération : en terme financier, pas forcément l'eldorado (1 000 à 2 000 € par soirée si l'on compte les tickets d'entrée et la tombola – à multiplier quand même par 175 [nombre de villes dans le monde organisant un twestival le 12 février]) mais plutôt le moyen de communiquer autour d'un événement festif, réunissant un public plus jeune que celui d'une classique fête de charité.
- Dans le cadre des ressources humaines, une présence sur un tel réseau peut aider à la détection et à l'animation d'un réseau de bénévoles ponctuels ou permanents.

- Et enfin peut-être aussi **utilité pour TWITTER**, qui trouve là un moyen de prouver son efficacité sur le plan opérationnel (organisation rapide d'événements), et de se trouver un autre sens que de n'être que le nouveau facebook , miroir supplémentaire où se regarde communiquer la génération Y2.0.

- Cette question sur l'usage de TWITTER fait d'ailleurs l'objet d'un billet sur le blog de F Pisani que l'on peut retrouver sur le journal le Monde.

- Sur le TWESTIVAL :

[au niveau mondial]

à Paris
à Lille
à Clermont Ferrand

- Sur les « apéroverts », organisés sur le même principe (mais sans Twitter !) par la régie publicitaire GoodAction

  - Le site apérovert

- Le site de GoodAction