

Exemple d'un plan de communication pour un centre équestre :

Objectifs généraux

- Augmenter la visibilité du centre / des activités.
- Faire connaître la diversité de l'offre : cours, stages, balades, anniversaires, événements.
- Renforcer la fidélisation et l'engagement de la communauté.

Objectifs quantifiés (exemples)

- +20% d'inscriptions aux stages d'ici 6 mois
- +15% de nouveaux cavaliers sur l'année
- 1 000 nouveaux abonnés sur les réseaux sociaux
- Taux de remplissage minimum : 80% pour chaque événement

2. Publics cibles

1. **Familles avec enfants (4–12 ans)** : épanouissement, contact animal, plein air.
2. **Adolescents (12–17 ans)** : progression technique, compétition, passion.
3. **Adultes** : reprise d'activité, détente, balades, sport santé.
4. **Structures partenaires** : écoles, centres de loisirs, associations sportives.

4. Actions & supports de communication

A. Communication digitale

Réseaux sociaux (Facebook, Instagram, TikTok)

- 3 posts / semaine :
 - présentation d'un cheval,
 - coulisses du centre,
 - conseils éducatifs.
- Reels / TikTok : moments forts, humour équestre, progression de cavaliers.
- Stories quotidiennes : météo du jour, ambiance, petits moments spontanés.
- Annonces des stages, concours, offres spéciales.

Site internet / page de destination

- Une page dédiée aux activités → claire, simple, avec formulaire de réservation.
- Intégration d'un calendrier à jour.

Newsletter mensuelle

- Infos à venir, photos exclusives, promotions, spotlight sur un cheval/cavalier.

B. Communication imprimée & locale

- Flyers + QR Code vers les inscriptions.
 - Banderole extérieure "Portes ouvertes / stages / baptêmes poney".
 - Brochure pour écoles et centres de loisirs.
 - Cartes postales ou stickers du club (pour enfants).
 - Affichage chez partenaires (boulangeries, magasins locaux, vétérinaires...).
-

C. Communication événementielle

- **Journée portes ouvertes** (2 fois/an) : baptêmes poney, visite du club, mini-spectacle.
 - Organisation de **stages thématiques** (Voltige, Horseball, rando...).
 - **Concours internes** avec remise de rosettes personnalisées.
 - Participation à des événements locaux avec un stand + un poney calme.
-

D. Actions innovantes

- Parcours découverte avec **QR codes interactifs**.
 - Série "Rencontre avec..." (cavaliers, moniteurs, chevaux).
 - Création d'un **filtre Instagram** ou d'un mini quiz "Quel cheval du club es-tu ?".
-

5. Planning (exemple sur 6 mois)

Tous les jours

- Stories réseaux sociaux

Chaque semaine

- 3 posts réseaux sociaux
- 1 vidéo courte
- Mises à jour du planning en ligne

Chaque mois

- Newsletter
- Interview / portrait
- Petit événement interne (balade spéciale, soirée club, atelier soins)

Tous les trimestres

- Portes ouvertes ou événement thématique
- Campagne de flyers et affichages locaux
- Rencontre avec partenaires

7. Indicateurs de suivi

- Nombre de nouveaux inscrits / mois
- Remplissage des stages
- Engagement réseaux sociaux (likes, commentaires, partages)
- Trafic sur la page d'inscription
- Nombre de contacts reçus via partenaires
- Taux de fidélisation des cavaliers