

20  
24

# RAPPORT D'ACTIVITÉ

PARTENAIRES SELF DEFENSE (KRAV MAGA - KAPAP)



# Sommaire

|   |              |
|---|--------------|
| <b>Analyse de l'entreprise et activité</b>                              | <b>01</b>    |
| <b>Missions/Valeurs, Analyse de la stratégie, attentes et objectifs</b> | <b>02</b>    |
| <b>Etude de l'existant, analyse détaillé de Facebook</b>                | <b>03</b>    |
| <b>Analyse de la cible</b>  | <b>04</b>    |
| <b>Analyse SWOT</b>   | <b>05</b>    |
| <b>Recommandation</b>   | <b>06-10</b> |
| <b>Stratégie de communication</b>                                       | <b>11-15</b> |

# Analyse de l'entreprise

**Société** : Club de Krav Maga-KAPAP/FFST au sein de l'ASC

**Implantation** : Saint - Apollinaire

**Cible** : Les jeunes, les femmes et entreprise partenaire

**Gérant** : Pascal Rathy

**Site web** : Pas de site internet

**Réseaux sociaux** : Facebook ( pas instagram)

## Activité

L'entreprise propose des services référencés à l'enseignement de disciplines sportives et d'activités de loisirs et au ministère de la Défense.

Propose des solutions personnalisées par un professionnel de la sécurité diplômé d'état et d'arts martiaux.

Séance handisports adaptés.

L'entreprise propose plusieurs stages dans l'année pour permettre de découvrir la pratique.

# Missions et valeurs

**Missions** : Faire découvrir des activités de groupes pour mettre en avant l'entraide, la cohésion et la coopération pour les collectivités territoriales, institution, chef d'entreprise, association et particulier.

**Valeurs** : Entraide, cohésion, coopération

## Analyse de la stratégie

L'entreprise souhaite mettre en avant son activité auprès des entreprises pour instaurer une cohésion d'équipe et avoir plus de visibilité sur les réseaux sociaux.

## Attentes et objectifs

Augmenter la notoriété et la visibilité de l'entreprise et établir des partenariats stratégiques avec des collectivités pour étendre l'entreprise et accroître leurs présences en ligne.

Objectif de rendre accessible cette discipline au plus grand nombre, notamment aux jeunes et aux femmes.

# Etude de l'existant

**Réseaux sociaux :** Facebook

L'entreprise fait des posts régulièrement sur Facebook

Pas de site internet et autres réseaux sociaux (Instagram, LinkedIn)

Pas référencer sur le net

## Analyse détaillée de Facebook

|  |   |
|--|---|
| Nombre d'abonné en 2024  | 571 abonnés   |
| Fréquence de publication   | ~ 3/mois  |
| Types de publication   | Photo avec texte<br>Post : motivation/développement personnel,<br>d'actualité / photo mise en scène   |
| Niveau d'interaction   | 5 à 20 likes  |
| Meilleures et moins bonnes publications en termes d'interactions | Les meilleures publications vont être celle avec les sessions de stages<br><br>Les publications moins pertinentes sont celles avec les publications simples |

# Analyse de la cible

L'objectif de l'entreprise est d'augmenter la notoriété et la visibilité de la société pour établir des partenariats stratégiques avec des entreprises et de rendre accessible cette discipline au plus grand nombre, notamment aux jeunes et aux femmes.

Nous pouvons ici dégager 2 cibles principales :

- **Les jeunes et adultes de 25 à 45 ans actifs**

Attentes et besoins : Contenu qui permet de mettre en avant les pratiques sportives et les valeurs.

- **Entreprises partenaires**

Attentes et objectifs : Recherche un service de qualité et de confiance pour répondre aux attentes de leur clientèle et une condition commerciale avantageuses pour les entreprises partenaires pour maximiser la rentabilité et faire découvrir le sport auprès des entreprises qui souhaite mettre en avant leurs expertise.

# Analyse SWOT

## FORCES

- Facilement adaptable en fonction des tendances et des cibles
- Publication régulière sur facebook
- Organisation d'évènements (stage) et de cours d'initiation.

## OPPORTUNITÉS

- Collaboration avec des partenaires de la bourgogne franche comté.
- Utilisation de Facebook et de LinkedIn

S

W

O

T

## FAIBLESSES

- Taux d'engagement irrégulier
- Visibilité modérée
- Pas d'interaction entre la communauté.
- Pas de site internet et de compte Instagram
- Pas d'informations sur les valeurs et l'histoire de la structure.

## MENACES

- L'apparition de nouveaux clubs dans la région sur le secteur de st apo

# Recommandation

**Contexte :** L'entreprise doit donc s'assurer d'être conforme.

**Objectifs :** Accroître la présence en ligne de l'activité.

## Stratégie de communication du club krav maga

### 1. Objectifs de la communication :

- Aider les entreprises à avoir une bonne marque employeur.
- Créer une identité visuelle qui reflète les valeurs de l'entreprise et qu'elle coïncide avec Camcha.
- Augmenter la notoriété et la visibilité de la deuxième structure Camcha Conseils.

### 2. Public cible :

- Entreprise

### 3. Canaux de communication :

- Trouver un nom de société pour le club
- Création d'une page sur les réseaux sociaux (Instagram, LinkedIn)
- Création d'un site web avec des informations essentielles telles que sur les cours, les horaires, les événements à venir, section blog, section article sur le Krav Maga et la défense personnelle, une rubrique avec la cohésion d'équipe.
- Poster des flyers et affiches dans les lieux communautaires et les entreprises locales pour accroître la visibilité et notoriété du club.
- Participation à des événements locaux et des démonstrations pour gagner en visibilité.

# Recommandation

## 5. Stratégie de contenu :

- Création de contenu vidéo ou photo, carrousel, montrant des sessions d'entraînements, des techniques de défense, et des interviews des membres.
- Articles et blogs éducatifs sur les bienfaits de la pratique des arts martiaux.
- Témoignages des membres actuels pour créer un bouche-à-oreille positif.

## 6. Relations publiques et partenariats :

- Collaborer avec des écoles et des associations pour offrir des séminaires et des stages d'initiation.
- Établir des partenariats avec des équipements sportifs pour du sponsoring matériel.

## 7. Événements et ateliers :

- Organisation de stage gratuit prévu à l'année, ouverts au public pour faire découvrir le Krav Maga aux partenaires.
- Organisation de séminaires sur la sécurité personnelle en collaboration avec les forces de l'ordre locales.

## 8. Suivi et évaluation :

- Analyse des inscriptions et des participations aux événements pour mesurer l'efficacité des campagnes.
- Enquêtes de satisfaction pour recueillir les retours des membres et améliorer l'offre.

## 9. Planification :

- Planifier le calendrier des actions en fonction des saisons et des événements clés.

# Recommandation

Identité visuelle pour le club



# Stratégie de communication

## Contenu du site Internet :

- **Rubrique accueil** : Faire un storytelling et montrer le succès de membres du club ou des entreprises partenaires qui ont bénéficié des formations en Krav Maga, montrer les missions et les valeurs ainsi que les objectifs de la société. Montrer que le club s'adresse aux entreprises pour qu'ils puissent bénéficier d'un team building pour créer de la cohésion d'équipe.
- **Démonstrations vidéos** : Publiez des vidéos courtes montrant des techniques de base et avancées, des témoignages et des événements déjà effectués.
- **Création infographies** : Montrer les avantages du Krav Maga, les statistiques de sécurité personnelle.
- **Témoignages des partenaires et des personnes du club** : Publiez des témoignages écrits ou vidéos de membres et de différentes entreprises mettant en avant leur expérience positive avec le club Krav Maga.

# Stratégie de communication

## Utilisation de LinkedIn

- Profil de l'entreprise : Décrire les services du club. Insérer des liens vers le site web et les réseaux sociaux.
- Contenu régulier : Publiez régulièrement, écrire des articles, montrer des vidéos et des photos d'événements pour maintenir l'engagement de votre réseau.
- Se connecter : Rejoindre des partenaires et des groupes liés à la sécurité, au sport, au bien-être des employés, et à la self-défense pour partager du contenu pertinent et établir des contacts.
- Publicité ciblée : Utilisez les options de publicité ciblée de LinkedIn pour atteindre des décideurs dans les entreprises locales, les professionnels de la sécurité.

# Stratégie de communication

## Exemple de bannière LinkedIn et Facebook



### Logo avant/ Après



### Exemple de texte

On recommence à zéro, on vous dévoile notre nouvelle identité visuelle !

Après des mois de travail, j'ai le plaisir de vous annoncer le lancement officiel de notre toute nouvelle identité.

Notre mission est de faire découvrir la pratique sportive au plus grand nombre et de créer de la cohésion entre les collègues d'une entreprise.

### À qui s'adresse-t-on ?

Aux dirigeants, entreprise TPE PME, entreprise individuel ainsi qu'aux enfants et adultes.

# Stratégie de communication

## Idées de publication pour Instagram

- Photo de groupe après un entraînement avec une légende.
- Vidéo en accéléré montrant des membres du club en train de pratiquer différentes techniques avec bio.
- Publication mettant en avant un événement à venir, comme un séminaire ou un stage de formation, avec les détails et un appel à l'action pour s'inscrire.
- Citation inspirante sur le krav maga.
- Publication mettant en avant un témoignage de l'un des membres du club sur la façon dont le Krav Maga a eu un impact positif sur sa vie, pourquoi il en pratique.
- Montrer les séminaires effectués
- Vidéo présentant une technique du Krav Maga



# Krav-Maga



**123**  
Publications

**456**  
Followers

**789**  
Suivi(e)s

## Krav Maga

Sport

Ecrire texte Bio



[camchaconseil.com](http://camchaconseil.com)

Following

Message

Email



# Stratégie de communication

Exemple de story Instagram et Facebook



# Stratégie de communication

Affiche publié avant sur le compte de Facebook

**STAGE KYUSHO JUTSU**  
"l'art des points vitaux"

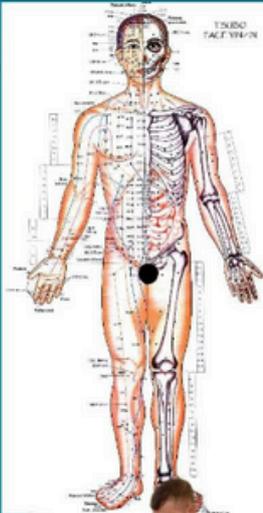
**Samedi 18 mai 2024**  
**14H / 17H**



**Dirigé par**  
**Steve COCHARD**  
**Diplômé D'état**

**5° Dan Karate Jutsu FFK**  
**6° Dan Kyusho Jutsu CONI / SBIF**

**10 euros**



**Complexe Louzole rue François Mitterrand. 21850 Saint Appolinaire**  
**INSCRIPTION 06 82 11 09 58**

©STEVE.BUDO.KYUSHO

**STAGE DE SELF DEFENSE KRAV MAGA**

**Tarif: 20€**

**100% FÉMININ**

**Dojo F. Pradel**  
**Complexe de Louzole**  
**St Apollinaire**



**Samedi**  
**23 Mars 2024**  
**de 13h30 à 17h**

**Instructeur: Pascal RATHY**  
**Ceinture noire 1 DAN DIF FFKDA**  
**Instructeur kapap FFST**  
**CQP des arts martiaux FFKDA**

**Inscriptions et renseignements:**  
**kravmaga.ascstapo@gmail.com**

# Stratégie de communication

## Exemple de stratégie de communication flyer

 **KRAV MAGA COMPLEXE ST APO**

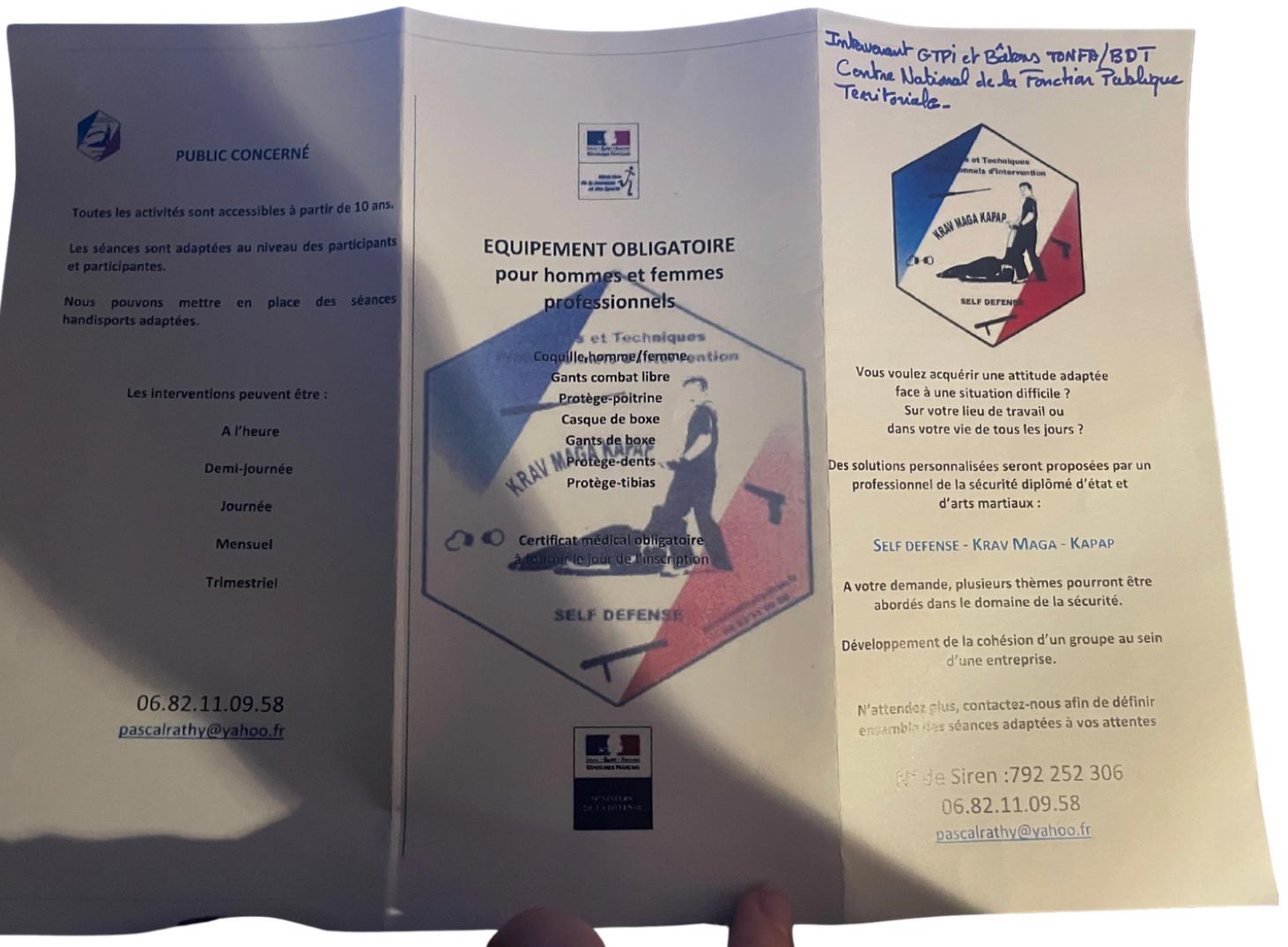
***PARTICIPER A UNE ACTIVITÉ***  
ENCADRÉE  
SÉCURISÉE  
PROGRESSIVE  
ADAPTÉE

***VENEZ***  
***DÉCOUVRIR***

Information et plus :  
Ajouter un mail du krav maga

# Stratégie de communication

## Brochure avant



# Stratégie de communication

## Brochure avant et après



### Nos services

01

Plusieurs thèmes pourront être abordés dans le domaine de la sécurité.

02

Développer la cohésion d'équipe en team building au sein d'une entreprise.

03

Certificat obligatoire pour tout inscription.

### Nous contacter



06.82.11.09.58



pascalrothy@yahoo.fr



Complexe la Louzolle, Saint-Apollinaire, France

Toutes les activités sont disponible à partir de 10 ans.

Séance personnalisé et adaptées au niveau des participants.

Séance handisports adaptées.

Stage gratuit

# Krav Maga

# Stratégie de communication

## Idées d'évènements pour le club

**Journée portes ouvertes** : Démonstrations de techniques de Krav Maga, essais gratuits, stands d'information sur les cours et les avantages pour la santé.

Objectif : Attirer de nouveaux adhérents et montrer aux partenaires potentiels l'engouement pour votre club.

**Séminaire d'entreprise** : Explication des techniques de base, discussions sur la sécurité personnelle.

Objectif : Créer des partenariats avec des entreprises et proposer des abonnements à leurs employés.

**Organisation de stage** : Cours pour les débutants pour faire découvrir la pratique.

**Atelier par thématique** : Discussions et questions/réponses avec des experts.

Objectif : Montrer la diversité et l'utilité pratique du Krav Maga.

**Organisation de webinaires** : Sur des sujets comme la sécurité, les avantages du Krav Maga, ou des démonstrations en direct.