



**Organisation Non Gouvernementale
ayant Statut spécial à l'ECOSOC aux
Nations Unies, Participant de
l'initiative Global Compact des Nations
Unies (UNGC)**

STRATEGIE DE COMMUNICATION AJEAH

STRATEGIE DE COMMUNICATION

SOMMAIRE

INTRODUCTION

PRESENTATION SUCCINTE DE L'AJEAH

HISTORIQUE

STRUCTURES

ROLE DU DEPARTEMENT DE COMMUNICATION

AUDIT COMMUNICATIONNEL DE L'AJEAH

ANALYSE SWOT

INTERPRETATION DE L'ANALYSE SWOT

*AXES D'ACTION STRATEGIQUES PRIORITAIRES DE LA STRATEGIE DE
COMMUNICATION*

CIBLE&MESSAGES CLES PAR OBJECTIF

PLAB D'ACTION

CONCLUSION

INTRODUCTION

1- Présentation succincte d'AJEAH

L'Association des Jeunes Engagés pour l'Action Humanitaire (AJEAH) est une ONG de développement reconnue sous le numéro **N° 727 MPDAT/2014** du 09 Mars 2014 et dispose d'un "Accord Programme" avec le Gouvernement du Togo sous le N° **607/MPDAT/2015** du 08 Décembre 2015.

L'AJEAH a été créée le 23 Février 2007 et reconnue comme Association sous la loi du 1er Juillet 1901 sous N°**0287 MATDCL/SG/DLPAP/DOCA** du 19 Avril 2011 par le Ministère de l'Administration Territoriale, de la Décentralisation et des Collectivités Locales du Togo

AJEAH a été créée par un groupe d'étudiants juristes et d'avocats en vue de contribuer à la promotion de l'Etat de droit, à la bonne gouvernance et s'assurer que le Togo s'aligne sur la voie du développement durable.

1.1- Structures

L'AJEAH est une organisation bien structurée et gouvernée par les organes suivants:

- L'Assemblée Générale,
- Le Conseil d'Administration,
- Le Commissariat aux comptes
- La Direction Exécutive ;
- Les Représentations
- Les Départements

L'Assemblée Générale

L'Assemblée Générale est l'instance suprême de l'Organisation. Elle constitue l'universalité des membres. Elle se réunit en session ordinaire une (1) fois l'an sur convocation du Président. Elle peut toutefois se réunir en session extraordinaire lorsque les circonstances l'exigent sur proposition du Conseil d'Administration ou à l'initiative du tiers (1/3) au moins des membres. Elle est compétente pour :

- adopter les statuts et règlement intérieur ;
- définir les grandes orientations de l'Organisation ;
- élire les membres du Conseil d'Administration ;
- nommer les membres du Commissariat aux Comptes ;
- entendre et délibérer sur les rapports d'activités et financiers du Conseil d'Administration ;
- exclure tout membre pour toute faute jugée grave ;
- donner quitus au Conseil d'Administration ;
- voter le budget et approuver le programme d'activités proposé par le Conseil d'Administration ;
- fixer le taux de cotisation ;
- modifier les statuts et le règlement intérieur ;
- dissoudre l'Organisation et décider de la destination de ses biens ;
- décider de l'affiliation de l'Association à d'autres organismes ;

- statuer sur tous les points inscrits à son ordre du jour.

✚ Le Conseil d'Administration

Le Conseil d'Administration est l'organe de supervision au niveau de la Direction Exécutive. Il dispose des pouvoirs les plus étendus pour gérer toutes les affaires de l'Organisation. Il élabore le règlement intérieur qu'il soumet à l'approbation de l'Assemblée générale. Il est chargé notamment de :

- délibérer sur les rapports financiers et d'activités de la Direction Exécutive,
- prendre des décisions sur les problèmes qui se posent entre deux Assemblées Générales et lui en rendre compte,
- voter le budget de l'exercice suivant,
- proposer à l'Assemblée générale de nouvelles orientations et les actions visant aux buts et objectifs de l'Organisation,
- soumettre à l'Assemblée Générale, le programme annuel d'activités,
- recevoir et étudier les demandes d'adhésion et les lettres de démission des membres,
- gérer les biens de l'Organisation et assurer ensemble avec la Direction Exécutive, le bon fonctionnement des opérations bancaires et financières,
- nommer le Directeur Exécutif et établir son cahier de charges et le révoquer si nécessaire ;
- répondre du travail de la Direction Exécutive devant l'Assemblée générale,
- ouvrir et faire fonctionner tout compte en banque ou compte courant,
- créer au besoin des commissions et groupes de travail et veiller à leur bon fonctionnement,
- représenter l'Organisation auprès des Pouvoirs Publics et des tiers,
- acquérir et échanger tous immeubles, contracter tous emprunts n'entraînant par la garantie solidaire des membres,
- arrêter les états de situation, les inventaires, les bilans et les comptes qui doivent être soumis à l'Assemblée générale, statuer sur toutes les propositions à lui soumettre et arrêter l'ordre du jour de ses sessions.

Il est composé de cinq (05) membres qui sont :

- Le Président :

Il est le premier responsable de l'Organisation. Il la représente dans tous les actes de la vie et veille à l'application des décisions prises en Assemblée Générale, Il convoque les sessions des Assemblée Générale et les réunions du Conseil d'Administration. Il signe les courriers et tous contrats et accords s'inscrivant dans la droite ligne de l'Organisation. Il ordonnance les dépenses et cosignataire avec le Trésorier Général et le Directeur Exécutif, les chèques de l'Organisation et des procès-verbaux avec le Secrétaire Général. En cas d'empêchement, le Secrétaire Général assure son intérim.

- Le Secrétaire Général :

Il est le dépositaire des archives de l'Organisation. Il dresse les avis des différentes réunions et sessions qu'il fait parvenir aux membres de l'Organisation. Il prépare en accord avec le Président, l'ordre du jour des réunions du conseil d'Administration et les sessions de l'Assemblée Générale

dont il rédige les procès-verbaux. En fin de mandat du Conseil d'Administration, il présente un rapport d'activités.

- **La Trésorière :**

Elle est chargée de la collecte des fonds de l'Organisation dont il assure la gestion. Il tient la comptabilité régulière et les documents financiers de l'Organisation. Il présente des rapports financiers annuels et le bilan financier au terme du mandat du Conseil d'Administration.

- **Deux Conseillers :**

Ils donnent les problèmes et leur avis et font des propositions au Conseil d'Administration dans l'optique de la bonne marche de l'Organisation.

 **Le Commissariat aux comptes :**

L'Assemblée Générale élit pour un mandat d'un an renouvelable une seule fois, deux Commissaires aux Comptes chargés de :

- Vérifier les livres, les caisses, les portefeuilles et les valeurs de l'Association ;
- Contrôler la régularité et la sincérité des inventaires et des bilans ainsi que l'exactitude des informations données sur les comptes et la situation financière ;
- Ils opèrent inopinément et le Trésorier Général est tenu de mettre à leur disposition toutes les pièces nécessaires à leur travail.
- Ils rendent régulièrement compte à l'Assemblée Générale de toute inexactitude relevée dans l'acte de gestion ;
- Ils présentent un rapport annuel à l'Assemblée Générale sur la base duquel a lieu le vote d'un quitus au Conseil d'Administration.

 **La Direction Exécutive**

La Direction Exécutive est l'organe d'animation et de gestion quotidienne de l'Organisation. Il met en œuvre les décisions conformément aux directives fixées par l'Assemblée Générale et le Conseil d'Administration. Il est chargé notamment de :

- Élaborer toutes les propositions à soumettre au Conseil d'Administration ;
- Informer tous les organes du développement des activités de l'Organisation ;
- Dresser trimestriellement un rapport d'activités au Conseil d'Administration ;
- Elaborer les dossiers de demande de financement.

✚ Les Représentations au siège des Nations Unies (New York, Genève et Autriche) ou d'un pays étranger

➤ Participation aux réunions et accès aux Nations Unies

S'inscrire aux manifestations, conférences et activités des Nations Unies et participer aux réunions publiques de l'ECOSOC et de ses organes subsidiaires, de l'Assemblée générale, du Conseil des droits de l'homme et d'autres organismes des Nations Unies. Intergouvernementaux.

➤ Soumettre des déclarations écrites pertinentes aux travaux du Conseil

En consultation avec le directeur exécutif et le conseil d'administration de l'AJEAH, soumettre des déclarations écrites concernant les travaux du Conseil sur des sujets dans lesquels AJEAH a une compétence particulière. Ces déclarations peuvent être diffusées par le Secrétaire général de l'Organisation des Nations Unies aux membres du Conseil. Les exposés écrits d'un maximum de 500 mots sont présentés dans l'une des deux langues de travail de l'Organisation des Nations Unies (anglais ou français)

➤ Des présentations orales à l'ECOSOC se feront selon les exigences de l'ECOSOC pour les déclarations orales;

➤ Consultations avec l'ECOSOC et ses organes subsidiaires

- Les commissions et autres organes subsidiaires de l'ECOSOC peuvent consulter les représentants de l'AJEAH; Et ces consultations pourront être organisées à la demande des représentants;
- À la demande d'une commission de l'ECOSOC, entreprend des études ou des enquêtes, ou prépare des documents pour la commission;
- Consulter les bureaux appropriés du Secrétariat sur des questions d'intérêt ou de préoccupation mutuels. Ces consultations sont effectuées auprès des représentants ou du Secrétaire général
- Effectuer des études ou préparer des documents à la demande du Secrétaire général

➤ Utilisation des installations des Nations Unies;

- Demander l'autorisation du Secrétaire général à utiliser les installations des Nations Unies, y compris ;
- Hébergement ou réunions liées aux travaux de l'ECOSOC;
- Dispositions appropriées concernant les sièges et les moyens d'obtenir des documents lors des réunions publiques de l'Assemblée générale qui traitent des questions économiques et sociales et des domaines connexes;
- Organisation de discussions informelles sur des questions de groupes ou d'organisations de particuliers;
- Accès aux services de documentation de presse des Nations Unies;

➤ **Utiliser les bibliothèques des Nations Unies**

- Organiser des événements et négocier tout financement qui ira dans l'intérêt d'AJEAH ;
- Créer des réseaux et des relations avec un large éventail d'acteurs dans divers pays, y compris les gouvernements, les entreprises et les ONG.
- Prendre des décisions collaboratives et adopter une approche inclusive et recueillir des fonds auprès de donateurs et de fondations internationaux.

✚ **Les départements**

L'AJEAH est organisée en huit (8) départements qui sont :

- Droits de l'homme/Démocratie
- Gouvernance/Transparence et lutte contre la corruption
- Santé et Nutrition
- Environnement et Energie
- Eau/Hygiène et Assainissement
- Education et TIC
- Entrepreneuriat social
- Communication

1.2- Rôle du département de communication

Sous la responsabilité du Directeur Exécutif de l'AJEAH, la cellule de communication doit :

- Travailler en étroite collaboration avec les autres membres du staff pour contribuer à la planification, l'exécution, le suivi des activités, l'évaluation et la diffusion du projet et du programme,
- organiser les sorties médiatiques, les conférences, les ateliers de formation avec les coordonnateurs du projet ou programme.
- Assurer la liaison entre l'AJEAH et ses partenaires nationaux et internationaux, les associations communautaires, les institutions gouvernementales, les communautés locales et d'autres ONG impliquées dans le développement durable, la lutte contre la pauvreté, la santé.
- Collaborer avec les organes médiatiques afin de faciliter la réalisation, la diffusion d'articles et les émissions sur AJEAH, ses projets et programmes.
- Elaborer, mettre en œuvre, suivre et participer à l'évaluation de la stratégie de communication d'AJEAH.
- Produire des rapports trimestriels et annuels sur ses activités.
- Mettre en place un système de communication interne efficace de gestion des informations et de la relation interprofessionnelle;
- Appuyer les partenaires locaux (les groupes, associations, ONG, OCB, CVD, CDQ, etc.) dans la mise en œuvre des projets de développement exécutés par AJEAH.
- Créer des supports audio, audiovisuel, newsletter, pour informer les partenaires, les membres sur nos activités

- Créer un journal interne d'information et de renforcement de capacité des staffs ;
- Etablir une bonne relation presse et publique à l'endroit du corps diplomatique ;
- Créer, gérer, administrer et mettre à jour quotidiennement le site web ;
- Créer, gérer, administrer et mettre à jour quotidiennement le Facebook et Twitter et tous les autres réseaux sociaux ;
- Manager les staffs sous sa responsabilité pour atteindre le plus haut niveau de performance ;
- Evaluer les staffs sous sa responsabilité et analyser les rapports périodiques qui lui sont soumis ;
- Développer et maintenir les relations et services aux membres ;
- Produire des interviews mensuelles ;
- Planifier les réunions périodiques avec les staffs sous sa responsabilité ;
- Participer aux réunions inter-départements et aux réunions de tous les staffs ;
- Evaluer les outils de communication mis en place
- Toutes autres tâches à lui confier par le Directeur Exécutif et toutes autres personnes mandatées par lui.

AUDIT COMMUNICATIONNEL :

La stratégie de communication est un outil essentiel pour valoriser les activités entreprises par une organisation comme AJEAH. Elle a pour but de renseigner le staff ou le personnel sur les activités en cour, les moyens mis en œuvre pour les réaliser, sur l'évolution du programme ou projet de même que l'atteinte des objectifs assignés aux projets. Ce document contient l'ensemble des actions de communication prévues pour promouvoir l'AJEAH et rendre perceptible ses actions sur le terrain.

La stratégie de communication ne peut se faire sans une réflexion préalable sur la situation actuelle. Ceci nous conduit à faire un audit sur les actions précédentes et voir dans quelle mesure des propositions seront faites.

Ainsi, l'élaboration de notre stratégie de communication tiendra compte du rôle prépondérant que joue AJEAH dans son milieu et de l'image qu'elle souhaite refléter, de son audience-cible, les objectifs, les messages à transmettre et les démarches à suivre pour l'atteinte des objectifs fixés. Cet aspect permet de faire un bilan sur la communication par rapport aux activités réalisées, d'évaluer les pratiques communicationnelles afin de faciliter une réorganisation.

L'ANALYSE SWOT :

Le tableau suivant fait une analyse des forces et faiblesses, opportunités et menaces de l'AJEAH.

	POSITIF	NEGATIF
Interne	Forces <ul style="list-style-type: none">-structure institutionnalisée-les personnels qualifiés-l'accès à l'internet-l'existence des outils de travail appropriés-les publications d'articles dans les presses et sur les réseaux sociaux-l'existence d'un système de communication interne (Telegram)- l'existence de relations interprofessionnelles-Application des NTIC (site internet, Facebook, Twitter)-la divulgation des rapports annuels, mensuels et trimestriels-la fidélisation de certains partenaires	Faiblesses <ul style="list-style-type: none">-faiblesse du système de communication interne-implication du service de communication aux activités et projets-l'absence de monitoring des activités sur les réseaux sociaux-l'insuffisance d'activités médiatiques-absence d'un journal interne-Insuffisance de présence dans les réseaux sociaux-Manque de procédure interne de validation du contenu des messages-Manque de proof Reading des traductions-Insuffisance de partenariat avec les organes de presses
Externe	Opportunités <ul style="list-style-type: none">-Existence de relations professionnelles (UE, Ambassades des USA, OSC, Médias, les agences gouvernementales)- Existence de partage d'informations dans les réseaux sociaux-bonne relation professionnelle avec les médias (presses écrites, radios, TV, etc.) nationaux et internationaux	Menaces <ul style="list-style-type: none">-la méconnaissance des activités d'AJEAH par le grand-public-manque de stratégies de communication pour faire connaître AJEAH-la communication médiatique limitée-la concurrence dans les informations

Interprétation du tableau SWOT

De par nos observations sur les activités, il est à noter que l'AJEAH fait de son mieux pour rendre visible ses activités sur le terrain et sur les médias. Toutefois, il existe un décalage entre les actions entreprises par ladite structure et son public en général; ses actions ne couvrent pas tout le grand-public. Les personnes qui s'intéressent plus à nos activités sont nos partenaires nationaux et internationaux, les institutions en charge, des personnes visées ou concernées par nos projets et elles organisations de la société civile. Ces appréciations se limitent à une frange de la population togolaise.

LES AXES DE COMMUNICATION

Le diagnostic fait de l'analyse SWOT permet de dégager (03) grands axes de communication.

Axe 1: Renforcer le système de communication interne

Cet axe comprend quatre sous objectifs qui sont (1.1) Promouvoir l'interaction entre départements ; (1.2) Mettre en place un journal d'information interne ; (1.3) Mettre sur pied une procédure interne de validation du contenu des messages et (1.4) Instituer un système de relecture des documents traduits.

Axe 2: Promouvoir une large visibilité des activités d'AJEAH

Cet axe comprend quatre sous objectifs qui sont (2.1) Développer les partenariats avec les organes de presses ; (2.2) Accroître la visibilité dans les réseaux sociaux ; (2.3) Rendre accessible le site web et (2.4) Accroître la production dans les mass-médias (radios télévisions, presses écrites, presses en ligne).

Axe 3 : Mettre en place un système de suivi des activités médiatiques

Cet axe comprend trois objectifs qui sont (3.1) Elaborer et mettre en place des enquêtes de sondages ; (3.2) Générer les statistiques mensuelles sur les visites (site web, internet, Facebook, Twitter) et (3.3) Mettre en place une base de données médias.

CIBLE & MESSAGES CLES PAR OBJECTIF

OBJECTIF 1.1 PROMOUVOIR L'INTERACTION ENTRE DEPARTEMENTS

CIBLES

CIBLES PRINCIPALES:

Les chefs de départements

CIBLES SECONDAIRES

Les staffs

MESSAGES CLES

-  Performance et interaction active

OBJECTIF 1.2 METTRE EN PLACE UN JOURNAL D'INFORMATION INTERNE

CIBLES

CIBLES PRINCIPALES:

Chef département Communication et IT Officer

CIBLES SECONDAIRES

Chefs d'autres départements et Management

MESSAGES CLES

- ✚ Zéro tolérance à l'ignorance

OBJECTIF 1.3 METTRE SUR PIED UNE PROCEDURE INTERNE DE VALIDATION DU CONTENU DES MESSAGES

CIBLES

CIBLES PRINCIPALES:

Directeur Exécutif/CA / Comité de relecture et de validation

CIBLES SECONDAIRES

Les chefs de départements, staffs

MESSAGES CLES

- ✚ Professionnalisme et tolérance zéro à l'erreur dans les publications des documents (site internet, facebook, Twitter, lettres, TDR etc.)

OBJECTIF 1.4 INSTITUER UN SYSTEME DE RELECTURE DES DOCUMENTS TRADUITS

CIBLES

CIBLES PRINCIPALES:

Comité de validation/Consultant externe

CIBLES SECONDAIRES

Chefs de projets et chefs d'autres départements

MESSAGES CLES

- ✚ Tolérance zéro à l'erreur dans les publications des documents (site internet, facebook, Twitter, lettres, TDR etc.)

OBJECTIF 2.1 DEVELOPPER LES PARTENARIATS AVEC LES ORGANES DE PRESSES

CIBLES

CIBLES PRINCIPALES:

Chef département communication

CIBLES SECONDAIRES

Management

MESSAGES CLES

- ✚ Le leader des partenaires de presses du Togo et de l'international

OBJECTIF 2.2 ACCROITRE LA VISIBILITE DANS LES RESEAUX SOCIAUX

CIBLES

CIBLES PRINCIPALES:

Chef département communication et IT Officer

CIBLES SECONDAIRES

Management

MESSAGES CLES

- ✚ Top référencement du site web
- ✚ 4 millions de « j'aime »

OBJECTIF 2.3 RENDRE ACCESSIBLE LE SITE WEB

CIBLES

CIBLES PRINCIPALES:

Chef département communication et IT officer

CIBLES SECONDAIRES

Management, autres départements

MESSAGES CLES

- ✚ Site web accessible, plaisant et professionnel

OBJECTIF 2.4 ACCROITRE LA PRODUCTION DANS LES MASS-MEDIAS (RADIOS, TELEVISIONS, PRESSES ECRITES, PRESSES EN LIGNE)

CIBLES

CIBLES PRINCIPALES:

Chef département communication

CIBLES SECONDAIRES

Management et autres départements

MESSAGES CLES

- ✚ AJEAH à la « UNE » des médias

OBJECTIF 3.1 ELABORER ET METTRE EN PLACE DES ENQUETES DE SONDAGES

CIBLES

CIBLES PRINCIPALES:

Chef département communication et IT officer

CIBLES SECONDAIRES

Management et autres chefs de département

MESSAGES CLES

- ✚ Parfaite adhésion du public

OBJECTIF 3.2 GENERER LES STATISTIQUES MENSUELLES SUR LES VISITES (SITE WEB, FACEBOOK, TWITTER)

CIBLES

CIBLES PRINCIPALES:

Chef département communication et IT officer

CIBLES SECONDAIRES

Management

MESSAGES CLES

- ✚ Structure parfaitement illuminée

OBJECTIF 3.3 METTRE EN PLACE UNE BASE DE DONNEES MEDIAS

CIBLES

CIBLES PRINCIPALES:

Chefs de départements et IT officer

CIBLES SECONDAIRES

Staffs

MESSAGES CLES

- ✚ Parfaite traçabilité des actions médiatiques

PLAN D'ACTION 2016-2020

Axe stratégique	Objectifs	Activités	Résultats	Indicateurs	Impact	Personnes Responsables	Sources de vérification
1. Renforcer le système de communication	1.1 Promouvoir l'interaction entre départements	1.1.1 Organiser les réunions hebdomadaires entre chefs de départements 1.1.2 organiser les réunions hebdomadaires entre staffs inter département	R1 Relation inter département fonctionnelle R1.1 48 réunions hebdomadaires organisées entre chefs de département	Taux de fonctionnalité inter département Nombre de réunion entre staffs et chefs de département	Meilleure fonctionnalité inter départements	Directeur exécutif Conseil d'Administration Chefs de département	Le PV des réunions Liste de présence Les photos de réunions
	1.2 Mettre en place un journal d'information	1.2.1 Partage d'information interne entre staffs (télégramme,	R2 Fluidité des informations entre staffs	Taux de fluidité Nombre de journaux édités	Meilleure circulation de l'information	Chefs de département Le Chargé de communication IT Officer	Le journal Les notes circulaires

	ion interne	mailing list, Whatsapp) 1.2.2 Mise en place de tableau d'affichage	R2.1 12 journaux mensuel par an édités R2.2 48 affichages sont réalisés par an	Nombre d'affichages réalisés			
	1.3 mettre sur pied une procédure interne de validation du contenu des messages	1.3.1 Création d'un comité de validation 1.3.2 Organiser des réunions de validation	R3 Qualité du contenu des messages R3.1 480 documents validés R3.2 480 réunion de validation	Nombre de documents validés Taux de qualité Taux de qualité des messages Nombre de réunions de validation	Amélioration de la qualité du contenu des messages	Chefs de département Le Chargé de communication IT Officer	Les articles Les rapports PV des réunions

	1.4 Instituer un système de relecture des documents traduits	1.4.1 Recrutement d'un consultant bilingue externe/traducteur	R4 Meilleure qualité des documents traduits R4.1: 1 consultant bilingue recruté	Degré de qualité des documents traduits	Meilleure qualité des documents traduits	Directeur Exécutif/CA	Contrat de consultant/contrat de staff
2. Promouvoir une large visibilité des activités d'AJEAH	2.1 Développer les partenariats avec les organes de presse 2.2 Accroître la visibilité dans les réseaux sociaux	2.1 Réalisation d'un inventaire sur les programmes des organes de presse 2.2 Prise de contact avec les réalisateurs des programmes	R2 10 millions de togolais et autres personnes dans le monde connaissent les actions de AJEAH R2.1 : les programmes des organes de presse sont connus R2.2 : les réalisateurs des programmes	Taux de togolais en autres personnes dans le monde Nombre de programme Nombre de journalistes qui acceptent de coopérer avec AJEAH	Meilleure visibilité d'AJEAH	Département communication Département communication	Coupures de presses Audio Vidéo Rapports d'inventaire

			s acceptent de coopérer avec AJEAH				
	2.3 Rendre accessible le site web	2.2.1 Publication des articles sur facebook, Twitter, Mr mondialisation etc. 2.2.2 Publication des vidéos sur Youtube 2.2.3 organisation d'une conférence internationale	R2.2: 5 millions de personnes aiment AJEAH R2.2.1 480 articles publiés sur facebook, Twitter, Mr mondialisation etc. R2.2.2: 480 vidéos sur Youtube R2.2.3: 1 conférence internationale	Nombre de «j'aime »sur facebook Nombre de visiteurs sur Youtube Taux de visibilité augmenté	Meilleure visibilité dans les réseaux sociaux	Département communication IT officer	Statistiques des visites sur facebook, Twitter Statistiques des visites sur Youtube Rapports et listes de participants

			ale organisée				
	2.4 Accroître la production dans les mass-médias (radios télévisions, presses écrites, presses en lignes)	2.4.1 Réalisation des émissions (radios, TV) 2.4.2 publication des infos dans les presses, écrites, en ligne) 2.4.3 Organisation des conférences de presses	R2.4:(24) émissions radios et (12) émissions TV produites par an R2.4.1: (04) conférences de presses par an	Taux de productions augmenté d'au moins 60% dans les mass-médias	Meilleure visibilité dans les mass-médias	Département Communication IT officer	Enregistrement audio-vidéo Coupure de presses
3. Mettre en place un système de suivi des activités médiatiques	3.1 Elaborer et mettre en place des enquêtes de sondages	3.1.1 Elaboration des questionnaires d'enquêtes 3.1.2 administration et dépouillement	R3.1 Meilleure Appréciation externe sur AJEAH R3.1.1 Formulaire d'enquête disponible R3.1.2 Résultats de l'enquête disponible	Nombre de gens qui ont rempli le formulaire Taux de participation	Prise en compte des appréciations critiques	Département communication IT officer	Statistiques des résultats de l'enquête
	3.2 Générer les	3.2.1 Redynamisation du site web	R3.2 Meilleure	Nombre de visites sur le site	Meilleure visibilité du site	Département communication	Statistiques de visites sur le site

	statistiques mensuelles sur les visites (site web, internet, facebook, Twitter)	3.2.2 Mise en place d'un système de suivi instantané du site 3.2.3 Réalisation des graphiques	Appréciation externe du site web R3.2.1 très bonne traçabilité des visiteurs R3.2.2: 12 graphiques réalisés par an	Nombre d'audience par zone géographique		IT officer	Statistiques d'audience par zone géographique Rapport sur l'analyse d'audience internet
	3.3 Mettre en place une base de données médias	3.3.1 Enregistrement des données médias dans un tableur 3.3.2 Mise à jour régulière de la base 3.3.3 Création d'un compte Dropbox	R3.3 Meilleure accessibilité des données médias R3.3.1 Récupération des données médias R3.3.2 Existence d'un compte Dropbox	Nombre d'enregistrements de données médias	Disponibilité des données médias Facilité dans l'accès des documents	Département communication IT officer Chefs de départements	Statistiques des données médias

CONCLUSION

La stratégie de communication de l'AJEAH 2016-2020, permet de mieux positionner stratégiquement l'organisation par rapport à sa situation actuelle. Elle vise à résoudre les problèmes de communication internes, à promouvoir les activités de l'organisation et à donner une bonne visibilité des activités de la structure sur les réseaux sociaux. Par conséquent, cette stratégie propose de faire participer le staff à la communication interne de la structure, de réorganiser les départements, et de faire plus d'activités médiatiques. Les actions de communication seront plus portées vers les cibles principales ainsi que les messages informatifs.

Nous espérons qu'à travers la mise en œuvre effective de cette stratégie de communication, l'AJEAH pourra atteindre ses objectifs et se positionner comme la meilleure organisation non gouvernementale au niveau national, régional et international