

Idées et atouts de marketing inclusifs et diversifiés

Atouts

- Affiche de l'installation
- Illustration pour Facebook
- Illustration pour Twitter
- Illustration pour Instagram

Le parcours de Curling Canada, comme le vôtre, est en cours.

Comme dans de nombreuses installations de curling, la diversité et l'inclusion se trouvent à l'avant garde des valeurs et des impacts prioritaires de Curling Canada. Nous reconnaissons qu'il y a beaucoup de place pour la croissance en ce qui concerne les éléments visuels et les atouts nationaux de Curling Canada en matière de marketing, afin de mieux représenter la force de la diversité auxquelles nous aspirons tous. Les atouts de marketing inclus ne constituent qu'une étape parmi tant d'autres sur la voie de la création, ensemble, de changements importants.

Idées

Changer l'image

- Lorsque vous partagez sur vos canaux de communication (médias sociaux, site Web, bulletins d'information, affiches, médias, etc.), prenez garde à l'image que vous choisissez — montre-t-elle le désir de votre club d'être pertinent et accueillant? L'imagerie est un outil de marketing puissant qui peut aider à illustrer les mesures que prend votre installation pour favoriser un environnement inclusif.
- Il est important que les gens se voient et voient des gens qui leur ressemblent dans l'installation de curling.
- Évaluez l'information que vous fournissez sur vos canaux de communication. L'information fournie est-elle stimulante et pertinente?
 - Est-ce qu'elle indique comment un nouvel arrivant peut facilement s'impliquer?
 - Fournit-elle le nom d'une personne-ressource qui peut répondre à toute question?
 - Montre-t-elle comment votre installation est structurée pour encourager tout le monde?
 - Offrez-vous quelque chose de spécial pour les nouveaux groupes?
 - Illustrez-vous l'accessibilité de votre installation?

Établir de nouvelles relations et inspirer confiance

- *L'établissement de relations authentiques et mutuellement représentatives exigera de véritables liens et une réelle compréhension des dirigeants et des groupes qu'ils représentent. Il est essentiel de comprendre non seulement les besoins de votre club, mais aussi ceux des groupes avec qui vous communiquez.*
- *Contactez les responsables locaux de programmes politiques, ethniques et communautaires (membres des conseils scolaires, élus locaux, responsables de programmes parascolaires, dirigeants autochtones et religieux, groupes communautaires LGBTQ, personnes handicapées, etc.) avec des formes ouvertes de communication, afin de mieux comprendre les besoins et les ambitions de leurs groupes, comme première étape significative de l'établissement de relations interactives dignes de confiance avec eux et les groupes qu'ils représentent.*
- *Par exemple, si un certain groupe aimerait essayer le curling, cherchez à lui fournir des renseignements personnalisés pour répondre à ses besoins (information traduite dans sa langue, adaptée à ce qui lui sera bénéfique, aperçu de base de la façon de s'impliquer, utilisation d'images diverses, etc.).*
 - *Selon un sondage sur les installations de curling mené en 2018 par Curling Canada, 83 % des installations au Canada ont des relations établies avec des écoles élémentaires et secondaires, des universités ou des collèges. De nombreuses écoles ont des rapports avec des groupes communautaires locaux, ce qui pourrait combler l'écart de communication entre les installations de curling et les communautés.*

Exemples de groupes et d'organismes communautaires :

- groupes religieux et programmes parascolaires locaux;
 - [Aboriginal Sport Circle](#);
 - [Grands frères Grandes sœurs du Canada](#);
 - [Repaires jeunesse du Canada](#);
 - [Organisations membres du Conseil canadien pour les réfugiés](#);
 - [Ethnic Community Associations](#);
 - [Olympiques spéciaux Canada](#);
 - [YMCA Canada](#).
- 

Sortez dans la communauté

- Quittez de façon proactive la bulle de votre installation et sortez dans la communauté locale. Assister à différents événements communautaires et participer à divers groupes peut vous permettre d'en apprendre davantage sur les besoins et les obstacles, ce qui à son tour éclairera votre stratégie de marketing.
- Faites des recherches sur les événements qui peuvent se produire dans la collectivité et prenez-y part pour apprendre à connaître les membres de la communauté. Voyez s'il existe une façon authentique pour votre installation de faire partie de l'événement et, à titre de suivi, si votre installation pourrait fournir de l'information ou offrir l'occasion d'essayer le curling.
 - Vous pouvez habituellement trouver un calendrier communautaire sur le site Web de votre province, de votre ville et de votre association de quartier ou communautaire.
 - Selon le sondage sur les installations de curling mené en 2018 par Curling Canada, 34,9 % des installations au Canada ont augmenté leur nombre de membres depuis 2010. *L'engagement communautaire a été l'une des raisons données, ainsi que le marketing actif, le nouveau recrutement et les journées portes ouvertes.*
- Chaque fois que votre installation peut organiser une séance de Curling 101 ou d'apprentissage du curling, une soirée amusante ou toute autre initiation à des événements de curling, abordez des groupes communautaires locaux, tels que ceux susmentionnés, et invitez-les personnellement ou essayez d'organiser une autre soirée à laquelle les groupes communautaires ou les familles peuvent participer. Un événement sur mesure pourrait leur permettre de se sentir accueillis et les mettre plus à l'aise de venir l'essayer.

En commençant par de petits pas dans la bonne direction, nous, au niveau des installations communautaires, et Curling Canada, dans son ensemble, pouvons accueillir un plus grand public. Pour plus de ressources, de renseignements et la trousse complète de ressources sur la diversité et l'inclusion, veuillez visiter <https://www.curling.ca/diversité/>



Cette trousse de ressources n'a été rendue possible que grâce à la subvention du développement de la Fédération mondiale de curling.