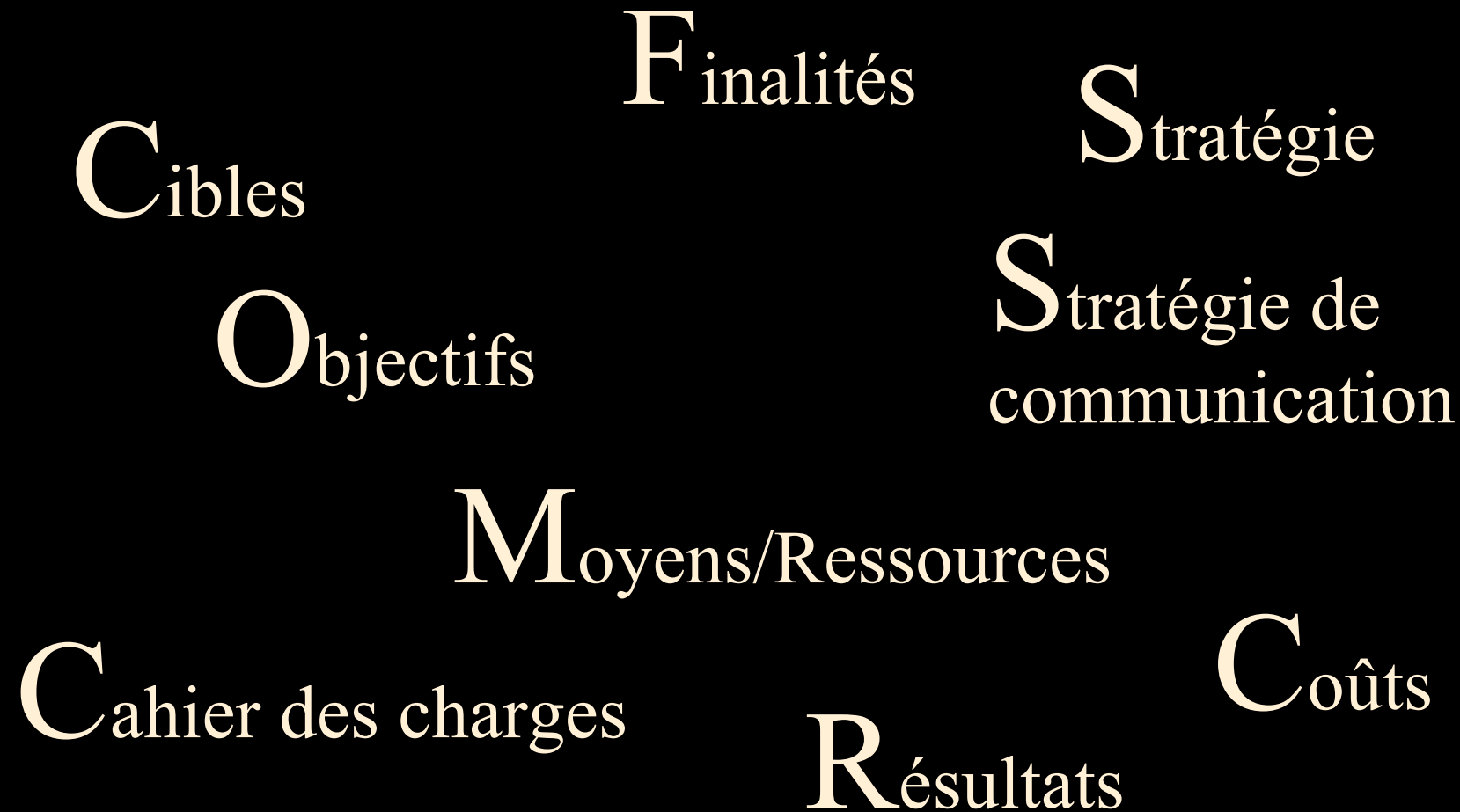


# Le Plan de Communication



# Les constituants du plan de communication



... Pas de définition univoque...

← Communiquance →

# Le plan de communication

Finalités

CIBLES

OBJECTIFS

STRATEGIE

MOYENS/METHODE

BUDGETS

**CAHIER DES CHARGES**

ORGANISATION / PLANNINGS

EVALUATION

← Communiquance →

# Le plan de communication

**Vision**

CIBLES

OBJECTIFS

**STRATEGIE**

MOYENS/METHODE

BUDGETS

**CAHIER DES CHARGES**

ORGANISATION / PLANNINGS

EVALUATION

← **Communiquance** →

# Le plan de communication de grande ampleur

# Vision

CIBLES

OBJECTIFS

# STRATEGIE

MOYENS/METHODE

PLANNINGS

**CAHIER DES CHARGES**

ORGANISATION / PLANNINGS

EVALUATION

← **Communiquance** →

# Le plan de communication de moyenne ampleur

**Vision**

CIBLES

OBJECTIFS

**STRATEGIE**

MOYENS/METHODE

PLANNINGS

**CAHIER DES CHARGES**

ORGANISATION / PLANNINGS

EVALUATION

← **Communiquance** →

# Le plan de communication de petite ampleur

**Vision**

CIBLES

OBJECTIFS

**STRATEGIE**

MOYENS/METHODE

PLANNINGS

**CAHIER DES CHARGES**

ORGANISATION / PLANNINGS

EVALUATION

← **Communiquance** →

# Le plan de communication « opérationnel »

**Vision**

CIBLES

OBJECTIFS

**STRATEGIE**

MOYENS/METHODE

PLANNINGS

**CAHIER DES CHARGES**

ORGANISATION / PLANNINGS

EVALUATION

Communiquance



# Construire un Plan de Communication



# 1. L'Analyse - Le Diagnostic - L'Audit

Vision  
Finalités

## ☞ Audit interne/externe - Diagnostic de communication

- Détermination des méthodologies et des techniques d'enquête et d'audit
- Réflexion sur les flux d'information et les systèmes de communication
- Recherches sur l'Identité et les images (voulues, vécues, perçues)
- Positionnement - concurrence - stratégie passée - contexte - veille
- Relations entre la stratégie de la structure et la communication
- Analyse de contenu des documents importants
- Réseaux - hiérarchies - blocages
- Culture locale et culture globale
- Valeurs - identité - Image - histoire - traditions - savoir faire
- Marketing interne - attentes - besoins - engagements - espoirs - rêves
- Evaluations qualitatives et mesures quantitatives

## 2. La stratégie

# STRATEGIE

### ☛ Stratégie de positionnement

- Différenciations externes / internes
- Innovations - Offre/Demande (BCG)
- Différenciation Réel / Imaginaire

### ☛ Stratégie des moyens

- Outils de communication ascendante
- Outils de communication descendante
- Outils de communication réciproque - Proximité - One to One, etc.
- Actions de mobilisation : démarches participatives
- Démarche « Projets d'entreprise » et « Projets de services » - Qualité
- Démarches de motivation / fidélisation

### ☛ Relations avec la stratégie générale

- Finances
- Alliances
- Produits et services (cycles de vie)

# 3. Le Cahier des Charges

## CAHIER DES CHARGES

### ☞ Elaboration du Dossier de conception

- Cibles - Objectifs - Moyens - Coûts
- Synthèse des audits externes, internes, globaux (quand il y en a...)
- Détermination des questions relevant de la communication

### ☞ Cahier des charges fonctionnel

- Appui sur une méthodologie éprouvée
- Budgets, moyens nécessaires et calendrier prévisionnel
- Allocation des ressources - Démarche conception de projet
- Gestion de projet (task force, *Think Tank*, réseaux, équipes, *groupware*...)
- Contrôles en cours de réalisation et inflexions - corrections de trajectoire
- Moyens de contrôle divers : matrices, baromètres de comportement

### ☞ Evaluation globale