

# Le Plan de Communication

# Les principes du plan de communication

Cibles

Objectifs

Moyens/Ressources

Coûts

Stratégies

Résultats

# Les étapes d'un plan de communication

- **Audit interne/externe**
  - Détermination des méthodologies et des techniques d'enquête et d'audit
  - Réflexion sur les flux d'information et les systèmes de 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
  - Positionnement - concurrence - stratégie passée - contexte - veille
- **Elaboration du plan - Cibles - Objectifs - Moyens - Coûts**
  - Synthèse des audits externes, internes, globaux
  - Détermination des questions relevant de la communication
  - Détermination des cibles et des objectifs prioritaires
  - Cahiers des charges : thèmes, idées
  - Budgets, moyens nécessaires et calendrier prévisionnel
  - Allocation des ressources - conception de projet
  - Gestion de projet (task force, réseaux, équipes, groupware...)
  - Contrôles en cours de réalisation et inflexions - corrections de trajectoire
  - Moyens de contrôle divers : matrices, baromètres de comportement
- **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 »
- **Evaluation globale**

← **C**ommuniquance →