

Le plan de communication

À quoi sert-il ?	Quand l'utiliser ?	Quel format ?
Créer les bonnes conditions	Gestion de projet	Canevas

Ce canevas vous indique les questions importantes à se poser avant de se lancer dans un travail de communication.

Pour quoi	Adapter sa communication aux objectifs et aux publics que vous souhaitez atteindre. En effet, il est important d'adapter le support, le style et les moments de communication, ainsi que de prévoir les coûts liés à chacune de ces communications
Pour qui	Toute personne ou groupe de personnes qui doit communiquer le résultat d'un projet et/ou communiquer sur un processus
Quand l'utiliser	Dès le lancement de votre projet et tout au long de celui-ci, en intégrant au moins une dimension « communication interne » pour impliquer et une « communication externe » pour faire connaître ou présenter un processus, un résultat

Comment l'utiliser ?

Etablir un plan de communication constitue un mini-projet en soi ; réfléchissez-y seul-e ou de préférence avec des personnes-ressources. Un plan de communication n'a pas pour objectif de choisir tel mode de communication ou telle charte graphique ; il vise à établir les moyens pour atteindre un objectif en concrétisant cela dans un plan d'action.

Il est important

- › **d'identifier vos moyens**, vos moyens financiers et quelles sont vos ressources humaines ainsi qu'un objectif clair en termes de communication.

Quelles sont les compétences dont nous disposons ?

- › **d'élaborer le projet**

Suivant quel planning ? Quels sont nos objectifs et quels moyens mobiliser pour les atteindre ? Quels risques allez-vous encourir ? Il faut pour cela bien connaître la cible et ses habitudes.

La communication doit être adaptée en fonction d'aspects internes ou externes.

› **de réaliser le projet**

Il s'agit de mettre en œuvre le projet en suivant le planning établi et en faisant attention aux risques identifiés.

› **d'évaluer le projet**

Avez-vous touché les cibles visées ? Ces cibles étaient-elles les bonnes ? Quel fut le rapport entre cible touchée et coûts investis ? Les supports choisis étaient-ils adéquats ?... Bref, analysez la forme, l'efficacité et l'impact.

Les trucs pour réussir ?

- › Ayez une connaissance approfondie de l'objet et du public à qui la communication est destinée.
 - Soyez créatif·ve mais utilisez aussi les canaux institutionnels classiques.
 - Pour un processus projet : il existe un espace dans lequel tous les nouveaux projets sont présentés ? Profitez-en pour établir un premier lien entre votre projet et les membres de votre structure. Communiquez aussi sur les moments clés. Utilisez les autres comme ressources ; ils seront ainsi acteur·rice·s du projet et en adopterons plus facilement les résultats.
 - Pour des résultats : s'il existe une communication officielle, valorisez-y les résultats de votre projet. Ensuite, soyez à l'écoute de vos réseaux. Envoyez leur des contenus rédactionnels (un article déjà rédigé qui ne demande pas un effort d'écriture) pour des publications papier mais aussi virtuelles.
- › Adaptez votre style en fonction du support. Les modalités d'écriture d'une carte blanche pour La Libre ou Le Soir ne sont pas les mêmes que pour une actualité sur Facebook ou LinkedIn. Ce ne sont ni les mêmes formats, ni les mêmes lecteur·rice·s.



En pratique : voici un canevas pour mettre en place votre plan de communication.

NOM PROJET - Exemple : Plan de formation 2013-2015

Plan de communication

Vers qui communiquer ?	Comment communiquer ?	Dans quel but ?	Tâches à réaliser	Qui les réalise ?	Dates

Auteur du document :

Date de création :

Page 1

Nom du fichier :

Date de modification :

N° de version : 1