

# Elaborer un plan de communication

## Pour qui ?

Responsables marketing en charge du plan de communication.

## Objectifs :

Concevoir une stratégie de communication ancrée sur les enjeux de l'entreprise.  
Choisir les vecteurs de communication et les messages adaptés aux objectifs et aux cibles visés.  
Piloter le plan d'action.  
Maîtriser les outils d'évaluation.



© ioannis kounadeas / Fotolia

## Programme :

### 1. Identifier les enjeux d'un plan de communication

- Intégrer le rôle et l'objectif de la communication d'entreprise
- Intégrer le lien entre plan de communication et la stratégie et la culture de l'entreprise
- Faire accepter et partager la stratégie de communication
- Adapter la stratégie aux changements potentiels

### 2. Analyser la politique de communication actuelle

- Evaluer le résultat à l'aide d'outils
- Identifier ses points forts et ses points d'amélioration
- Décider des objectifs stratégiques pour remédier aux points faibles
- Mobiliser les acteurs de l'entreprise sur la réflexion de ce plan

### 3. Bâtit son plan de communication

- Définir précisément la cible et son message
- Choisir ses supports de communication (télé, presse, radio, affichage, internet...)
- Etablir les priorités et allouer les budgets
- Définir le calendrier de sa politique de communication

### 4. Evaluer son plan

- Maîtriser les outils d'évaluation
- Permettre l'évaluation objective des équipes internes et des prestataires extérieurs
- Concevoir et utiliser des tableaux de bord de communication
- Faire un suivi du budget et établir un nouveau plan d'action

## Les + pédagogiques :

- Travail en individuel et/ou en collectif. Apport conceptuel et mise en pratique 100% entreprise.

Commercial, Marketing et  
Distribution