

**PLAN DE COMMUNICATION - squelette**

**ANALYSE DE LA SITUATION | Qui sommes-nous ?**

* + 1. Mission, vision, valeurs
    2. Faits saillants
    3. Ressources disponibles/envisagées
    4. Forces et faiblesses
    5. Nouveautés
    6. Ce qui nous rend uniques

**OBJECTIFS DE COMMUNICATION | Pourquoi ?**

1. Que recherchons-nous ?
2. Est-ce réaliste ?
3. Sinon, quelles pourraient être les alternatives/objectifs intermédiaires ?

**PUBLICS CIBLES | À qui souhaite-t-on parler ?**

1. Public(s) cible(s) interne(s)
2. Public(s) cible(s) externe(s)

**AXE DE COMMUNICATION ET MESSAGES CLÉS |**

**Ce que l’on souhaite que notre public retienne**

1. Quel serait le thème général de nos communications?
2. Un slogan punché?
3. Messages clés (3 à 5)

**STRATÉGIES DE COMMUNICATION | Comment ?**

1. Comment atteindre nos objectifs?
2. À quoi notre public cible est-il sensible?
3. Avons-nous des influenceurs?
4. Avons-nous des alliés?
5. Comment se démarquer?

**MOYENS (TACTIQUES) DE COMMUNICATION |**

**Comment ces stratégies prendront-elles vie ?**

1. Outils de communication des publics cibles ?
2. De quels moyens disposons-nous ?
3. Quels moyens peuvent nous permettre d’atteindre nos objectifs et nos publics cibles ?
4. Voulons-nous nous doter de nouveaux moyens de communication ? Si oui, de quelle façon ?
5. Quels moyens ont le plus d’impact? Meilleur rapport qualité-prix ?
6. Pouvons-nous potentialiser les moyens en les combinant ?
7. Quels moyens pourront être maximisés (5-6 utilisations) ?

**BUDGET | Combien ?**

1. De quel budget disposons-nous?   
   *Tenir compte des ressources financières, mais aussi humaines et du temps à investir.*

**CALENDRIER DE COMMUNICATION | Quand ?**

1. Moments forts/clé dans l’année
   * + - 1. Sportifs/activités
         2. Corporatifs
         3. Fêtes/anniversaires
         4. Fériés/Journées spéciales
     1. Prévoir l’activation (pré-événement), la couverture (pendant l’événement), la rétroaction (post-événement)
     2. Pensez à des actions en série, pour potentialiser
     3. Prioriser les publics
     4. Combiner des actions

**MISE EN ŒUVRE DES TACTIQUES | À l’action!**

1. Suivre le plan, mais être flexible
2. Vigie (médias sociaux, médias, échos, rétroaction, échanges avec les membres, etc.)
3. Adapter au besoin
4. Suivis

**MESURES D’EFFICACITÉ | Est-ce que ça fonctionne?**

1. Comment pourrons-nous analyser nos actions?
2. Nos stratégies et actions ont-elles été efficaces?
3. Évaluations qualitatives
4. Évaluations quantitatives
5. S’ajuster!