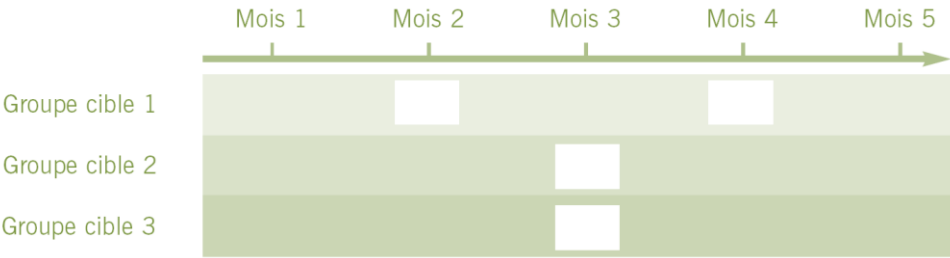



Les plannings de communication	Les plannings de communication	
<p>En résumé Si vous souhaitez ne garder qu'un outil pour faire votre plan de communication c'est le planning de communication: ce tableau reprend tous les aspects de chaque action de communication planifiée: phase du projet, objectif de communication, action, date, groupe cible, message, canal, émetteur, fréquence, matériel, responsable. Il peut être complété par des colonnes relatives au suivi.</p> <p>Le plan de communication visuel est également un must. C'est un aperçu général, sous la forme d'une ligne du temps, reprenant succinctement toutes les actions de communication (une ligne pour chaque groupe cible ou sous-groupe identifié).</p>	<p>Avantages</p> <p>Ils sont</p> <ul style="list-style-type: none"> • compacts (synthèse) • modulables et peuvent prendre des formes différentes selon l'ampleur du projet. • pratiques 	<p>Précautions à prendre/Limites</p> <p>Prenez le temps d'analyser le contexte, les cibles, de définir les objectifs de communication avant de compléter ces plannings cf brochure 'Plan de communication d'un projet'.</p>
<p>Le plan visuel</p>  <p>Mois 1 Mois 2 Mois 3 Mois 4 Mois 5</p> <p>Groupe cible 1</p> <p>Groupe cible 2</p> <p>Groupe cible 3</p> <p> Plannings COMM Template</p>	<p>Pourquoi utiliser le plan visuel?</p> <p>Objectif</p> <ul style="list-style-type: none"> • Préparer • Organiser <p>les actions de communication d'un projet.</p> <p>Contexte</p> <p>Le plan visuel de communication (ligne du temps) permet</p> <ul style="list-style-type: none"> • de s'assurer qu'aucun groupe cible n'est oublié • de planifier les actions dans un ordre logique <p>Souvent réalisé sous forme d'un brainstorming, il sert de première étape à la réalisation du tableau 'planning de communication'.</p>	<p>Comment utiliser le plan visuel?</p> <p>Etapes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lister les groupes cibles • Faire le timing du projet • Définir les actions de communication par cible et par période <p>Méthodologie et conseils</p> <ul style="list-style-type: none"> • Listez en colonne à gauche de votre feuille les groupes-cibles. • Tracez une ligne du temps horizontale en haut de votre feuille (sur base du timing de votre projet). • Tracez, pour chaque groupe cible, une ligne horizontale • Ecrivez chaque action de communication (courrier, séance d'information, réunion, ...) sur un post-it et collez-le sur la ligne du temps en face du groupe cible visé. • Assurez-vous que chaque groupe cible bénéficie de la communication dont il a besoin.

Outil N°

Titre

Le plan visuel

Exemple

		Sept. 2015	Oct./nov 2015	Dec. /janv5	Fev. 2015	31-mars	30-avr	30-mai	31/06/2016	Juill./nov. 2016	dec. 2016	
Les comm. féd. + gest. conn.	Le CNK	Présenter fiche projet + appel vol. pour G.P.		Demander du feedback sur outils		Informé sur les résultats du test + pres. vers. fin.	Publier les outils sur fedweb	Campagne promotion a LinkedIn, Yammer,...	Atelier découv. COMMnet -KMnet		Evaluer les outils (qual. et quant.)	
	Le groupe projet		Demander du feedback sur outils + relais vers testeurs					Faire la promotion des outils en tant qu'ambassadeurs				
	Comm. féd. + gest. conn.							Campagne promotion LinkedIn...	Atelier découv. COMMnet -KMnet	Proposer outils de promotion et soutien en interne		
Les chefs de projets fédéraux	Les PMO fédéraux				Faire connaître projet et appel à testeurs			Campagne de promotion via Fedweb + relais comm.		Faire connaître outils (rapp.)		
	Les chefs de projets féd											
	Les testeurs)								Faire découvrir les outils +demander feedback			
Les formateurs fédéraux en gestion de projet et communication									Présenter les outils mettre sur (eCampus)	Atelier découv. COMMnet -KMnet		
Le management des organisations fédérales									Présenter outils aux réseaux			
Les usagers du site Fedweb												

Le tableau 'planning de communication'

Plan de communication : ...															
Eléments 'projet'		Eléments 'comm'											Eléments de suivi comm (facultatifs)		
Phase	Résultat/ Délivrable	Objectif de comm	Action	Date/ Ordre	Groupe cible	Message	Canal	Emetteur	Fréquence	Matériel	Rédacteur	Responsable	Budget	Remarque	Statut
Phase 1															

Plannings COMM - Template

On retrouve dans ce tableau de bord :

- **Les éléments de base** : il s'agit des champs classiques qu'on retrouve dans tout plan de communication.
- *Les éléments 'optionnels'* (en italique): utiles mais pas indispensables, ils sont surtout utiles si le projet est plus complexe (en termes de durée, d'intervenants, de nombre d'actions...).
- **Phase du projet** : étape du projet telle que décrite dans le planning du projet. On retrouve habituellement 4 phases dans un projet :
 - **Initialisation**
 - **Planification**
 - **Exécution et contrôle**
 - **Finalisation**
- **Résultat/délivrable** : Facultatif, résultats/délivrables réalisés lors de la phase correspondante du projet. Cela donne une idée des infos disponibles. Exemples: résultats de test - Résultats enquête de satisfaction - Manuel d'utilisateur - FAQ...
- **Objectif de communication** : résultat à atteindre (voir étape 3)
- **Action** : type d'action de communication. Exemple: campagne de promotion de... Une ligne par action.
- **Date/Ordre** : échéance à laquelle l'action sera réalisée. Possibilité de trier les actions sur base de la date.
- **Groupe cible** : groupe de personnes que l'on souhaite atteindre à travers des actions de communication
- **Message** : contenu du message à faire passer pour atteindre l'objectif poursuivi (à décliner selon les cibles)

Pourquoi utiliser le planning de communication?

Objectif

- Préparer
- Organiser
- Synthétiser
- Faire le suivi

des actions de communication d'un projet.

Contexte

Le tableau planning de communication

- est le tableau de bord qui fait le lien entre le projet et la communication.
- permet de lister pour chaque action de communication toutes les informations nécessaires à leur réalisation (1 ligne par action).
- permet aussi le suivi des actions (important quand il y a plusieurs acteurs de communication /le projet a une certaine durée).

Comment utiliser le planning de communication?

Etapes

- Faire le timing du projet (= phases+périodes)
- Définir les groupes cibles
- Définir les objectifs de communication
- Définir les actions de communication par cible et par période
- Identifier les messages, les canaux, les émetteurs, le matériel, le responsable pour chaque action.

Méthodologie et conseils

Ce tableau est idéalement réalisé en format Excel afin de pouvoir mettre des filtres selon un champ prioritaire (ex : phase du projet, groupe cible, ordre chronologique, émetteur,...).

- Identifiez les colonnes dont vous avez besoin. Reprenez par défaut les éléments de base (voir ci-contre) et voyez si vous souhaitez ajouter certains éléments optionnels (par exemple, le

<ul style="list-style-type: none"> • Canal : moyen par lequel l'information va circuler. Préciser le média-mix utilisé. <i>Exemple : réunion, session d'information, intranet, site web,...</i> • Matériel : support concret, tangible lié au canal de communication choisi. <i>Exemple: document PowerPoint, un article, une vidéo,...</i> • Fréquence : nombre de fois que l'action devra être répétée. <i>Exemple : 2 campagnes de communication par an.</i> • Emetteur : responsable de l'action de communication = celui qui expédie le message, poste l'article, s'occupe de l'affichage. • Responsable : celui qui a la responsabilité finale de l'action. <i>Exemple : le chef de projet, le sponsor (indiquer le nom de la personne).</i> • Rédacteur : <i>Indiquez le nom de la personne chargée de la réalisation du matériel: rédaction de l'article, préparation de la présentation, ...</i> • Budget : <i>montant à prévoir pour l'action.</i> • Statut : <i>permet d'utiliser ce plan comme tableau de suivi des actions (utile lorsqu'il y a plusieurs intervenants.). La plupart du temps, il s'agit d'un code couleur (vert= réalisé, orange= en cours ou retardé, rouge= pas réalisé ou bloqué/annulé). Ne pas oublier de préciser en légende du tableau la signification des codes couleurs utilisés.</i> • Remarques : <i>on y indique des précisions liées à une action, par exemple le pourquoi d'une couleur orange dans la colonne 'Statut' d'une action.</i> 		<p>statu des actions). Il est toujours possible de rajouter ces colonnes par la suite, lorsque les actions ont démarré.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Déclinez chaque bloc du plan de communication visuel en une ligne complète sur le planning de communication. • Idéalement, toutes les colonnes du tableau doivent être complétées. Si vous ne savez pas, vous pouvez toujours y revenir par la suite. • Pour les actions de communication d'une certaine ampleur, vous pouvez rédiger une fiche par action mentionnant l'objectif, le budget, les tâches à accomplir, le responsable,...
--	--	--

Le tableau 'planning de communication'

Phase	Objectif de comm	Action	Date/Ordre	Groupe cible	Message	Canal	Emett.	Fréq.	Matériel	Resp.
Phase 1 démarr.	Faire connaître le projet + Faire agir	Campagne de démarr.	17-sept-15	CNK	La DG DOP va mettre à jour la COMM COLL 'plan de comm. d'un projet'. Voici le projet. Nous cherchons des volontaires pour faire partie du groupe de projet, qui est intéressé?	Réunion du réseau CNK	N. Brisy	1x	Fiche projet	N. Brisy
Phase 2 Définition	Demander feedback + Proposer du contenu	Mise en place d'un groupe de projet et production d'outils	oct. 2015-Mars 2016	Comm. féd. (G P)	Travaillons ensemble à la mise à jour de la COMM COLL et à construire des outils qui doivent devenir des standards au niveau du fédéral	Réunions du G.P.	N. Brisy	6x	Fiche projet- Texte broch Docs. de travail	N. Brisy
	Demander feedback		dec. 2015-mars 2016	CNK	Pouvez-vous donner votre avis sur la proposition de brochure + sur le concept de boîte à outils on line + sur le plan de communication	Réunion du réseau CNK + Mail de rappel + Yammer	N. Brisy C. Verbyst	2x	Texte broch Ppt	N. Brisy
	Faire connaître le projet + Demander		fev. 2016	Chefs de projet féd. PMO féd.	Nous avons créé de nouveaux outils pour aider les chefs de projets à communiquer. Souhaitez-vous tester nos outils ou nous proposer des volontaires?	Fedweb Mail	Groupe projet + CNK	1x	Texte mail Boîte à outils +	N. Brisy