



COMMUNICATION PROJET

Guide méthodologique

amue

MUTUALISATION + SOLUTIONS



- 1. Etudier la faisabilité du plan de communication**
- 2. Analyser des cibles**
- 3. Définir un message**
- 4. Construire une action de communication**
- 5. Planifier et organiser les actions de communication**
- 6. Evaluer les actions de communication**





Les questions à se poser



- + Quelles sont les parties impliquées ?
- + Quel est le budget à votre disposition pour la communication ?
- + Combien de temps pouvez-vous y consacrer ?
- + Sur l'aide de qui pouvez-vous compter ?
- + Quels sont les moyens techniques disponibles (outils, média, supports de communication) ?
- + Quelles sont les éventuelles limitations ?





Analyser des cibles : Quels sont les groupes cibles ?



- + Tous les groupes cibles sont-ils homogènes (dans le cadre du projet) ?

- + Comment subdiviser un groupe cible particulier ?
 - Quel(s) critères(s) utiliser ?
 - Son importance (hiérarchique, projet)
 - Son implication
 - Sa conviction et son attitude vis-à-vis du projet
 - Ses connaissances, aptitudes et préférences en informatique (pour déterminer les choix des canaux)
 - Son accessibilité
 - Sa localisation
 - Son utilisation des médias et ses préférences en la matière





Analyser des cibles : Qu'attendez-vous des groupes cibles?



+ Demandez-vous si vous voulez que le groupe cible :

A
t
t
e
n
t
e
s

- • soit informée de l'existence du projet
- comprenne le projet
- soit convaincue de la valeur ajoutée du projet
- collabore au projet
- + • convainque les autres de la nécessité du projet

+ Quel(le) est leur principal(e) souci, barrière ?





Analyser des cibles : Grille d'analyse des groupes cibles



Groupes cibles	Qu'attendez-vous d'eux ?	Leur principal(e) souci/préoccupation/barrière





Définir un message



1 message
unique
simple
par action de communication





Définir un message : Les questions à se poser



- + Quel est l'objectif principal de l'action de communication ?
- + Quel est le contenu de votre communication par groupe cible ?
Comment l'exprimez-vous avec des messages ?
- + Les messages sont-ils en adéquation avec les besoins / attentes
en terme d'information des différents groupes cibles ?
- + Les messages cadrent-ils avec vos objectifs (champ lexical, de
l'impact...)
- + Les différents messages sont-ils cohérents les uns par rapport aux
autres ?





Construire une action de communication

1 action de communication : 8 questions



Quoi ?	Quel est l'objectif de cette communication ?	Le message
Qui ?	Qui doit s'exprimer dans l'établissement	Le Chef de projet, le DGS, le Chargé de communication
Dit quoi ?	Quel doit être le contenu du message (tonalité, registre...) ?	Technique, rationnel
A qui ?	Quelles sont les cibles de cette communication ?	Les gestionnaires d'un service, tout l'établissement...
Comment ?	Par quel canal faut-il communiquer ?	Lettre interne, liste de diffusion, Intranet...
Avec quel effet ?	Quelles sont les conséquences de cette communication ?	Amélioration de l'image du service, arrêt des rumeurs...
Où ?	Quel est le lieu géographique de cette communication ?	Composantes, Services Centraux, etc.
Quand ?	A quel moment faut-il communiquer ?	Dans quel but ?



Planifier et organiser les actions de communication

Pourquoi planifier la communication ?



- + Fournir le cadre de cohérence des actions de communication
- + Valoriser la place de la communication dans le management du projet
- + Susciter des réactions par rapport au projet de la part des acteurs concernés
- + Permettre le suivi, le contrôle et l'évaluation
- + Faciliter la hiérarchisation des priorités dans les actions à mener





Planifier et organiser les actions de communication

Modélisation du plan de communication



Date	Emetteur	Groupe cible	Message	Fréquence	Canal (mailing, lettre, web)





Evaluer les actions de communication



+ Mesurer régulièrement

- L'efficacité et l'impact des messages transmis
- La bonne compréhension d'un message
- L'efficacité d'un média

+ Plusieurs méthodes d'évaluation

- Retour immédiat de remarques ou questions
- Enquêtes d'opinion, étude d'impacts



Merci de votre attention



Pôle Accompagnement et Conduite du changement

cdc.amue@amue.fr