

Plan de communication

Une démarche en 8 étapes

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | | 8 |
|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Définir les objectifs visés par le plan de communication | Identifier les publics cibles à rejoindre | Définir les contenus | Identifier les modes de communication utilisés | Fixer un échéancier afin de réaliser tous les objectifs inclus dans le plan de communication | Identifier les personnes responsables de la mise en œuvre du plan de communication | Définir les ressources matérielles et budgétaires nécessaires à la réalisation du plan de communication | | Définir des indicateurs et mesurer l'impact et le communiquer aux commerçants |
| | | | | | | Matérielles | Budgétaires | |
| <u>Exemple :</u> <i>Augmenter le chiffre d'affaires des commerces de centre ville</i> | <u>Exemple :</u> <i>Jeunes couples avec enfants</i> | <u>Exemple :</u> <i>Présentation des offres spéciales + incitation à participer au jeu concours</i> | <u>Exemple :</u> <i>-Flyers -Affichage écoles -Affichage magasins -Bulletin municipal -Presse locale -Banderoles -Partenaires</i> | <u>Exemple :</u> <i>-J-40 rédaction outils de communication -j-30 distribution flyers -j-20....</i> | <u>Exemple :</u> <i>-X (relation presse) -Y (relation asso. scolaires) -Z (création graphique)</i> | <u>Exemple :</u> <i>-Urnes -Affiches -Flyers -Banderoles -Totems...</i> | <u>Exemple :</u> <i>-50€ -250€ -150€ -100€....</i> | <u>Exemple :</u> <i>-Nombre de participants -Nombre de retour bulletins -Fiche de satisfaction -Chiffre d'affaire commerces... Newsletter commerçants Réunion de cloture...</i> |

Il est important d'assurer un suivi régulier afin d'optimiser les modes de communication