

Commission Développement

LE PLAN DE COMMUNICATION



Le plan de communication vous permettra de préparer vos actions avec des supports adaptés au message que vous souhaitez passer et à votre budget. Dans le cadre d'une association, un plan de communication peut être mis en place pour communiquer sur un événement ou tout simplement pour faire connaître votre association. Une démarche est à respecter afin de mettre en place un bon plan de communication.

1. Analyse de la situation

Il est important de faire une analyse de la situation actuelle. L'association doit faire un constat de sa communication existante. Il se peut que vous n'ayez pas de communication alors vous pouvez vous pencher sur les besoins de votre association. Pour être le plus efficace possible, n'hésitez pas à échanger lors des réunions de bureau sur les éventuels besoins en communication de l'association. Vous pouvez également faire participer vos adhérents à travers un sondage par exemple. Cette étape est indispensable, elle vous permettra de déceler les forces et les faiblesses de votre association et d'établir un bilan de la situation.

Pour vous aider, posez-vous les bonnes questions :

- QUOI : Que veut-on promouvoir ?
- POURQUOI : quels sont les objectifs ?
- A QUI : auprès de quelles cibles ?
- COMBIEN : quel budget ?
- COMMENT : par quels moyens ?
- QUAND : selon quel planning ?
- DE QUI : qui est le porte-parole des messages de l'association ?

On retrouve toutes ces questions tout au long des étapes du plan de communication.

2. Définir vos objectifs et vos cibles

Après avoir bien pris connaissance de votre situation et de vos besoins, il faut définir les objectifs et les cibles de votre future communication.

Pourquoi souhaitez-vous communiquer :

- Pour vous faire connaître ?
- Pour améliorer votre image ?
- Pour faire agir ?
- Pour lancer un appel à dons ?

Après de qui souhaitez-vous communiquer :

- Vos bénévoles ?
- Vos adhérents ?
- Le grand public ?

Selon la cible, interne ou externe, votre message ne sera pas le même. Pensez à communiquer de façon claire et concise.

3. Quels messages diffuser ?

Il s'agit de définir le contenu de vos supports de communication. Pour se faire, basez-vous sur 3 questions principalement :

- Quoi ? (Que veut-on dire ?)
- Pour qui ? (Quelle cible est concernée ?)
- Pourquoi ? (Quel est l'objectif de notre message ?)

4. Choisir les supports

Après avoir défini vos différents messages, vous pouvez décider des supports les plus adaptés pour diffuser au mieux vos messages :

- Supports papiers (flyer, affiche, presse...)
- Supports web (site Internet, lettre d'information, blog, page Facebook...)

5. Respecter quelques contraintes

Dans les contraintes, on retrouve plusieurs points à respecter :

- Le budget
- Les délais
- La réglementation
- La charte graphique (couleurs, logo...)

6. Le budget

Quel est votre budget ? Faites attention à ne pas sous-estimer les tarifs des différents supports souhaités. Si un communiqué de presse ne coûte pratiquement rien, il n'en est pas de même pour l'insertion de bannières publicitaires sur le Web ou pour insérer des annonces presse dans les journaux.

Pour votre budget, établissez un budget prévisionnel regroupant toutes vos actions demandant des dépenses. Cette prévision vous rendra compte de vos besoins et donc de voir votre possibilité à investir dans la réalisation de vos supports de communication.

7. Le planning

Planifiez vos actions ! Certains supports sont parfois très convoités et il est nécessaire de planifier plusieurs semaines, voire plusieurs mois à l'avance pour espérer avoir un huitième de page. Anticipez donc vos actions à court et à moyen terme. Vous pouvez faire ce calendrier sous forme de tableau.

En amont, prévoyez également un temps suffisamment confortable pour préparer vos actions. Une annonce, un communiqué de presse ou tout autre support demande parfois de nombreux allers-retours avant que votre équipe soit d'accord.

