

RÉDACTION D'UN PLAN DE COMMUNICATION

PAR TOMMY MILLETTE - PRÉSIDENT, CONSULTANT EN STRATÉGIES D'AFFAIRES
L'AGENCE SECRÈTE - COMMUNICATION D'INFLUENCE



01

LE MANDAT



CONTEXTE ET MANDAT TELS QUE PRÉSENTÉS PAR LE CLIENT





ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT EXTERNE



MENACES ET OPPORTUNITÉS

QUELS ÉVÈNEMENTS, RÉALITÉS OU TENDANCES ACTUELS DE LA SOCIÉTÉ, POURRAIENT AVOIR UN IMPACT SUR LES ACTIVITÉS DE VOTRE ORGANISATION?



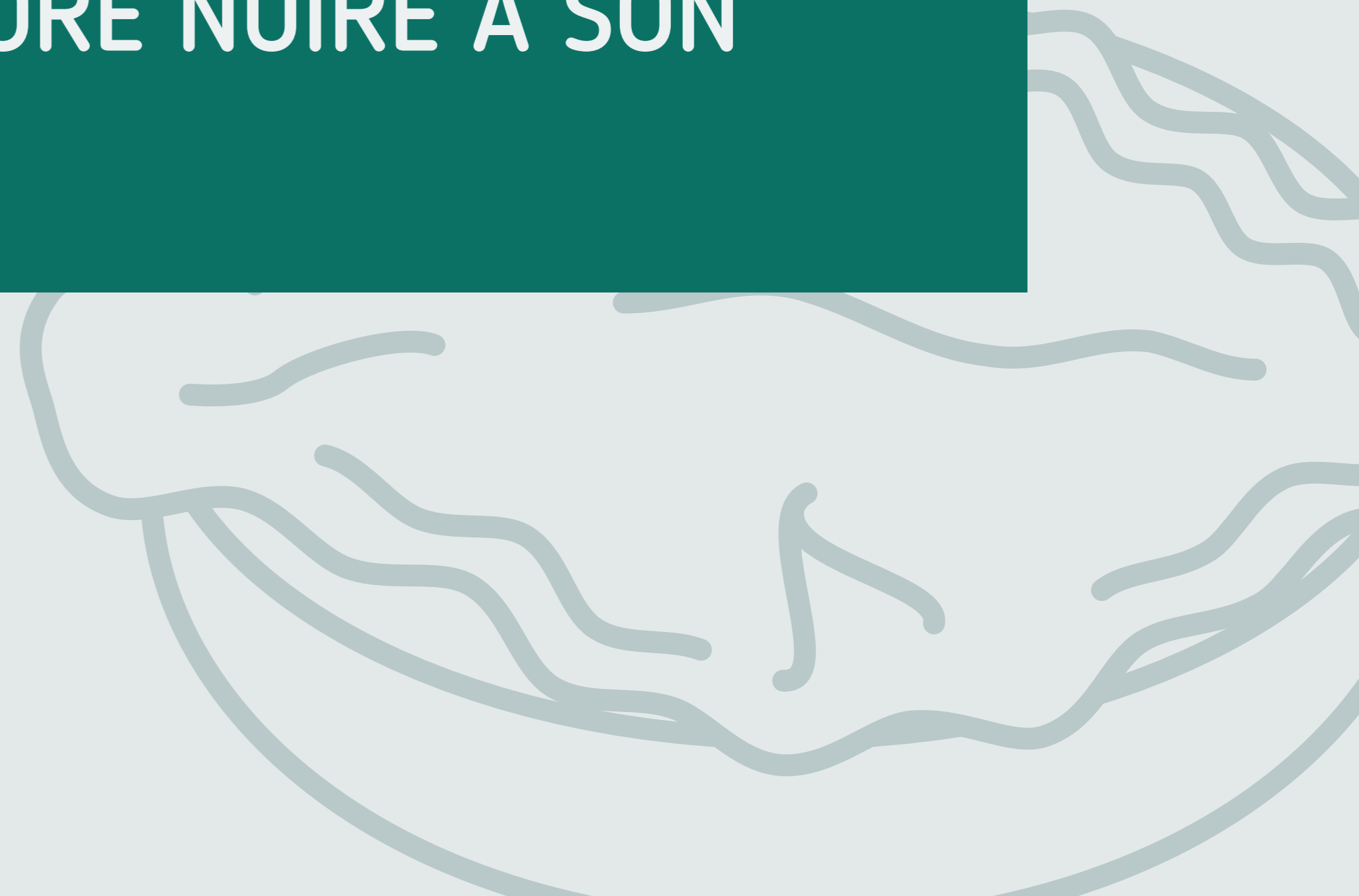


ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT INTERNE



FORCES ET FAIBLESSES

QUELS FACTEURS LIÉS À L'ENTREPRISE ELLE-MÊME,
VIENNENT-ILS CONTRIBUER OU ENCORE NUIRE À SON
IMAGE ET SON SUCCÈS?





OBJECTIFS DE COMMUNICATION



COGNITIFS FAIRE CONNAÎTRE LA MARQUE

LA TCAAT AURA FAIT CONNAÎTRE À AU MOINS 40%
DES ENTREPRISES AGROALIMENTAIRES DE
L'ABITIBI-TÉMISCAMINGUE LES SERVICES OFFERTS
PAR SON ORGANISME, ET CE, AU 31 DÉCEMBRE 2017.



AFFECTIFS

CONVAINCRE DE LA PRÉSENCE D'UNE VALEUR AJOUTÉE

AU 31 DÉCEMBRE 2017, LA TCAAT AURA DÉVELOPPÉ CHEZ 15% DES ENTREPRISES AGROALIMENTAIRES DE L'ABITIBI-TÉMISCAMINGUE LA CONVICTON QUE FAIRE AFFAIRE AVEC LA TCAAT APPORTE UNE VALEUR AJOUTÉE À LEURS ACTIVITÉS.



CONATIFS

HABITUDE DE PASSAGE À L'ACTION

AU 31 DÉCEMBRE 2017, LA TCAAT AURA CRÉÉ
LE RÉFLEXE DE COMMUNIQUER AVEC ELLE DANS
LE BUT D'AVOIR DE PLUS AMPLES INFORMATIONS
CHEZ 5% DES ENTREPRISES AGROALIMENTAIRES
DE L'ABITIBI-TÉMISCAMINGUE.





AUDITOIRES CIBLES



SEGMENTATION DE LA CLIENTÈLE CIBLE

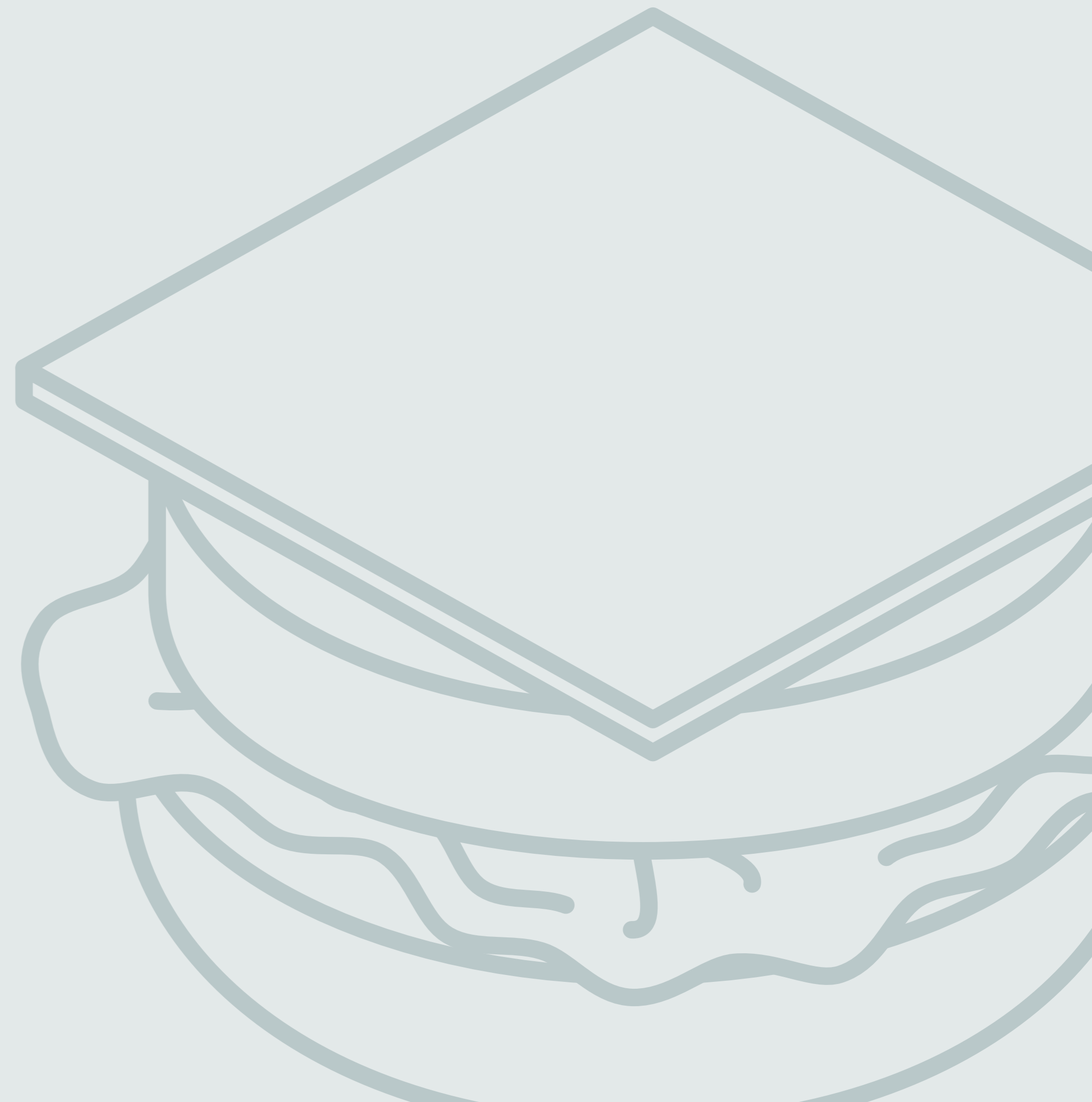
ÂGE

SEXE

COMPORTEMENT
D'ACHAT

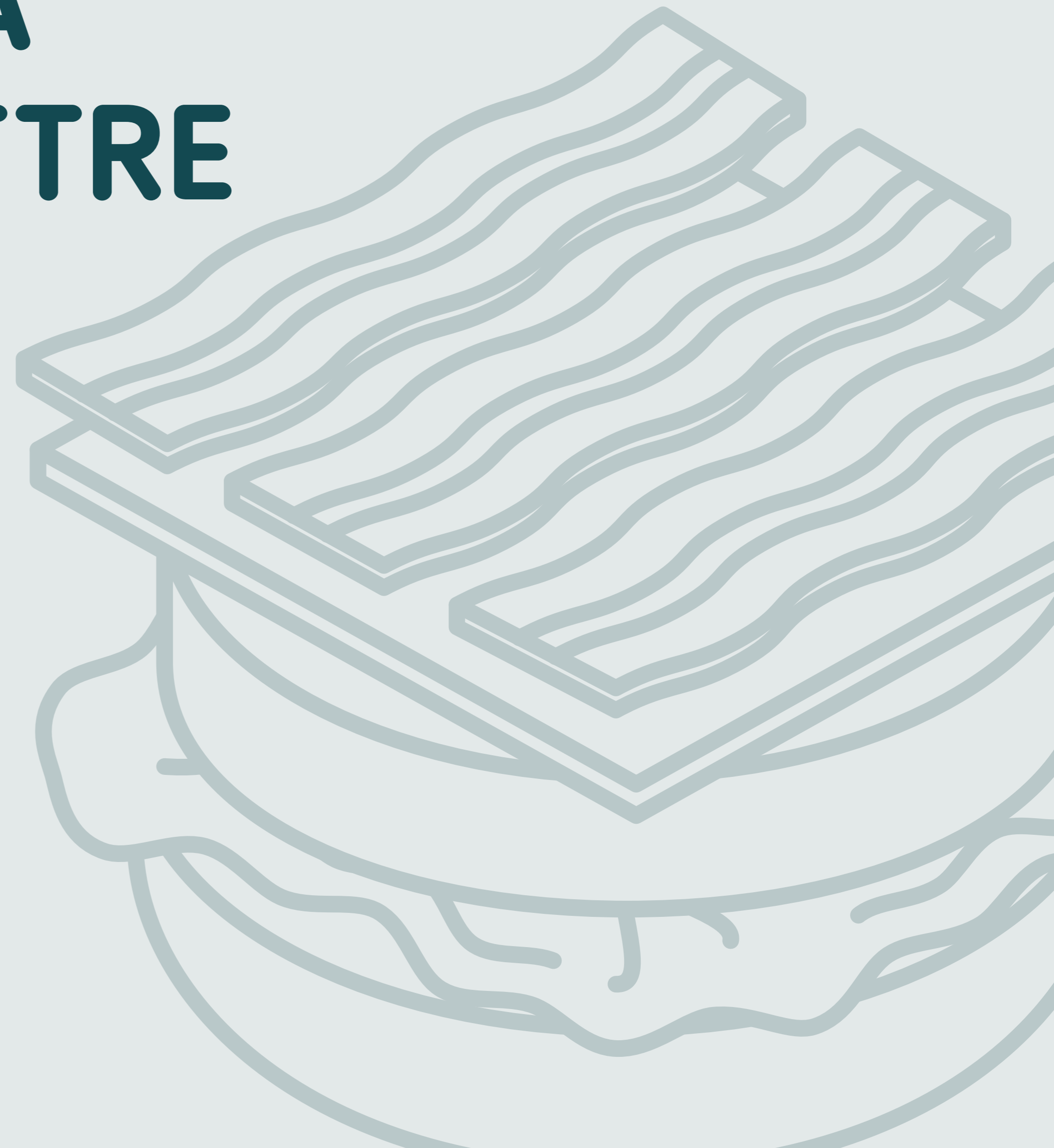
MODE
DE VIE

ETC.



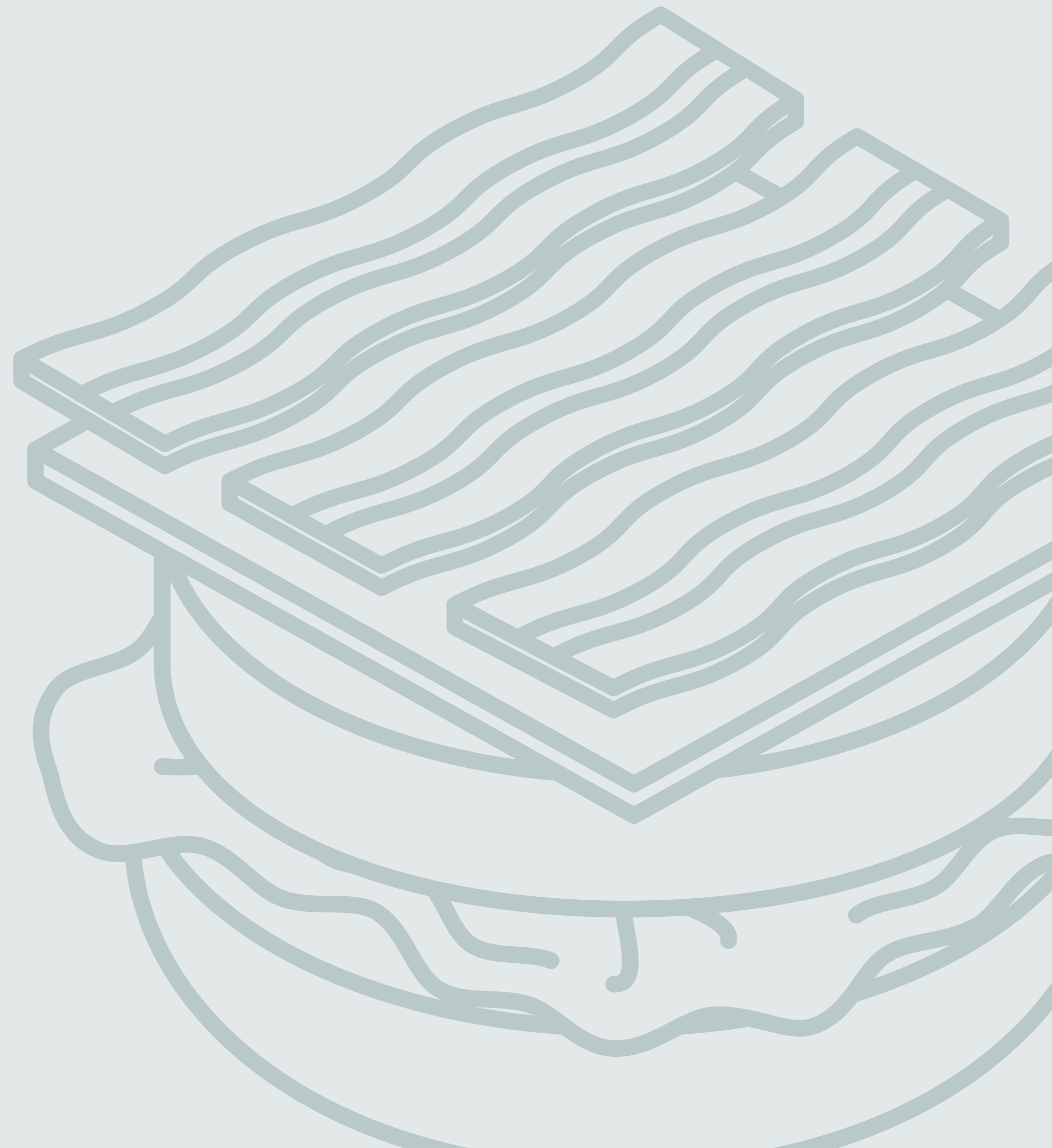


MESSAGE À TRANSMETTRE



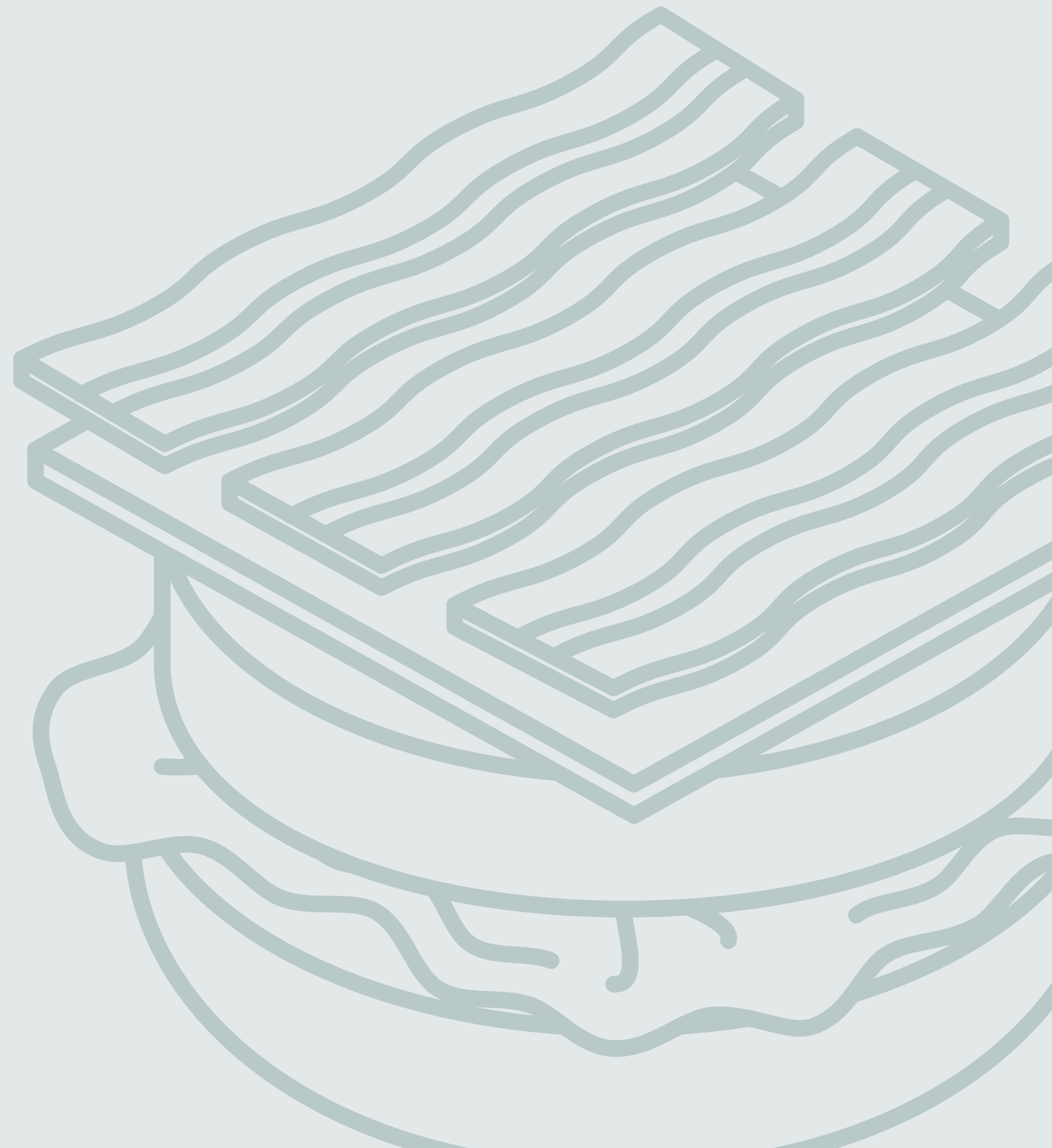
**AXE DE COMMUNICATION
LIGNE DIRECTRICE, POINT CENTRAL
DE LA STRATÉGIE**

**THÈME
DONNE LE TON GÉNÉRAL
DE LA CAMPAGNE**



SYMBOLES ET SLOGAN DE LA CAMPAGNE

- **SYMBOLE SÉMANTIQUE**
CE QUE L'ON VEUT ÉNONCER
- **SYMBOLE SÉMIOLOGIQUE**
ILLUSTRE CE QUE L'ON VEUT ÉNONCER
- **SLOGAN**
REPRÉSENTE L'AXE DE COMMUNICATION
EN QUELQUES MOTS PERCUTANTS



ALLUMÉE
BBQ





OUTILS DE COMMUNICATIONS

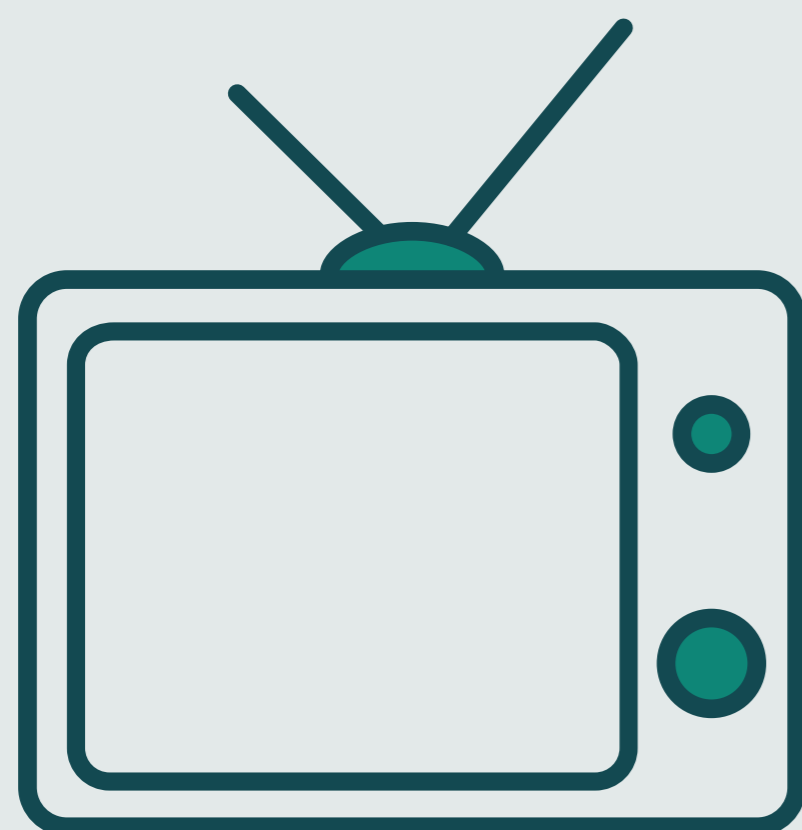


SCÉNARIOS BUDGÉTAIRES

APPROCHE PAR PHASE

SÉLECTION DES
SUPPORTS APPROPRIÉS
ET RÉPARTITION DU
BUDGET MÉDIAS





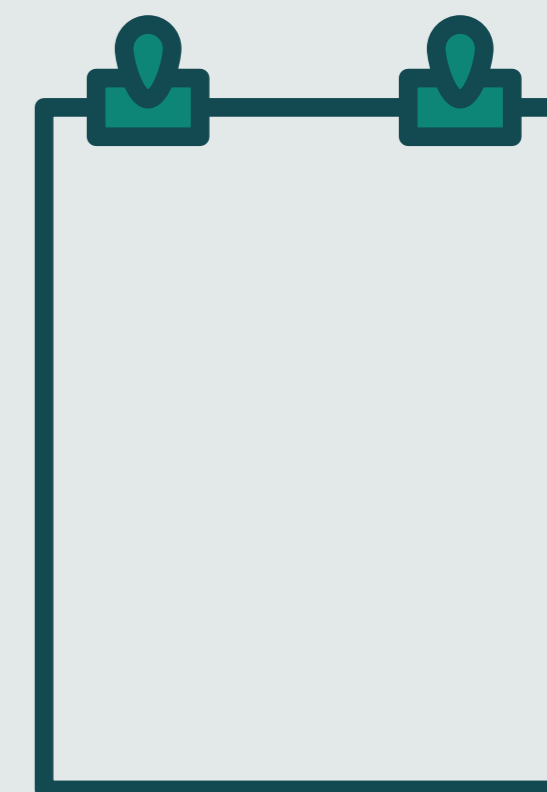
• TÉLÉVISION •



• RADIO •



• JOURNAUX •



• AFFICHAGE •



• WEB •



• MÉDIAS
SOCIAUX



• ÉVÈNEMENT •





PLANIFICATION DES MÉDIAS



CALENDRIER PLACEMENTS MÉDIAS

2016 décembre

◀ Jan Fév Mar Avr Mai Jun Jul Aoû Sep Oct Nov **Déc** ▶ Aller à aujourd'hui

Jour Semaine de travail Semaine 1

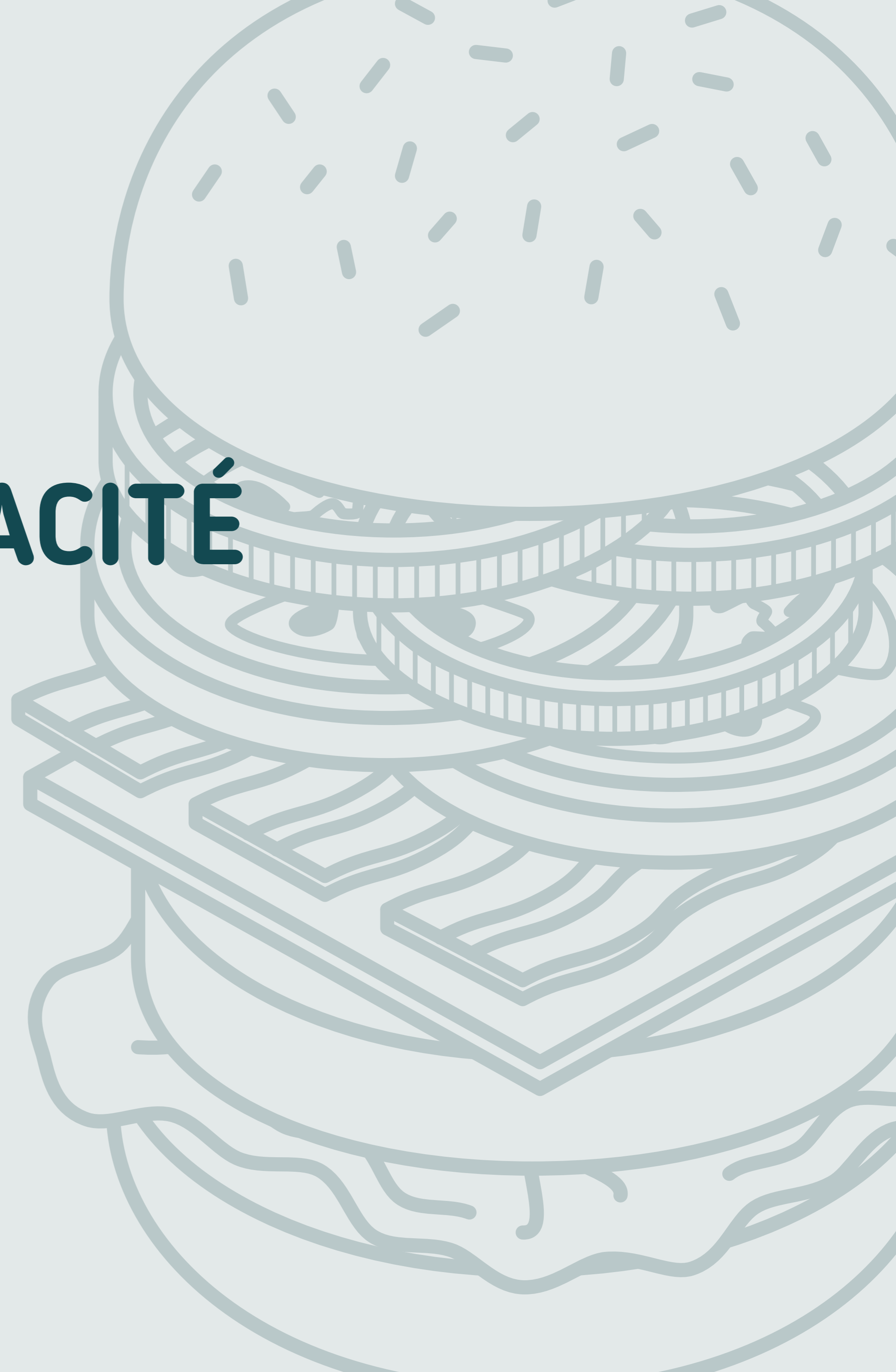
📄 PARTAGER 🖨 IMPRIMER

| Dimanche 27 | Lundi 28 | Mardi 29 | Mercredi 30 | Jeudi déc. 1 | Vendredi 2 | Samedi 3 |
|--|---|------------------------------|--|--|---------------|-------------------------------|
| | RADIO Idée-cadeau Fêtes | | | | | |
| | | | 8:00 FACEBOOK Promo du mois | 8:00 FACEBOOK Présentation - Jumeaux | | |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| RADIO Idée-cadeau Fêtes | | | | | | |
| | 8:00 FACEBOOK Entraînement du mois | | CITOYEN Idée cadeau | | | |
| | | | | 8:00 FACEBOOK chronique #1 | | |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| CITOYEN Idée cadeau | | | RADIO ENERGIE Voeux de Noël | | | |
| | | | WEB ENERGIE Bannière voeux des fêtes | | | |
| | | | | 8:00 FACEBOOK Citations | | |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| RADIO ENERGIE Voeux de Noël | | | | | | |
| WEB ENERGIE Bannière voeux des fêtes | | | | | | |
| | 8:00 RADIO Sabrina | 8:00 FACEBOOK Chronique #2 | | 8:00 FACEBOOK Horaire des fêtes | | |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 |
| RADIO ENERGIE Voeux de Noël | | | | | | |
| WEB ENERGIE Bannière voeux des fêtes | | | | | | |
| | PAS DE COURS | | | | | |
| | RADIO 30 secondes Inscriptions | | | | | |
| | FACEBOOK Cours en groupe mis de l'avant | | | | | |
| | | | +1 | | | 8:00 FACEBOOK PROMO DU MOIS |



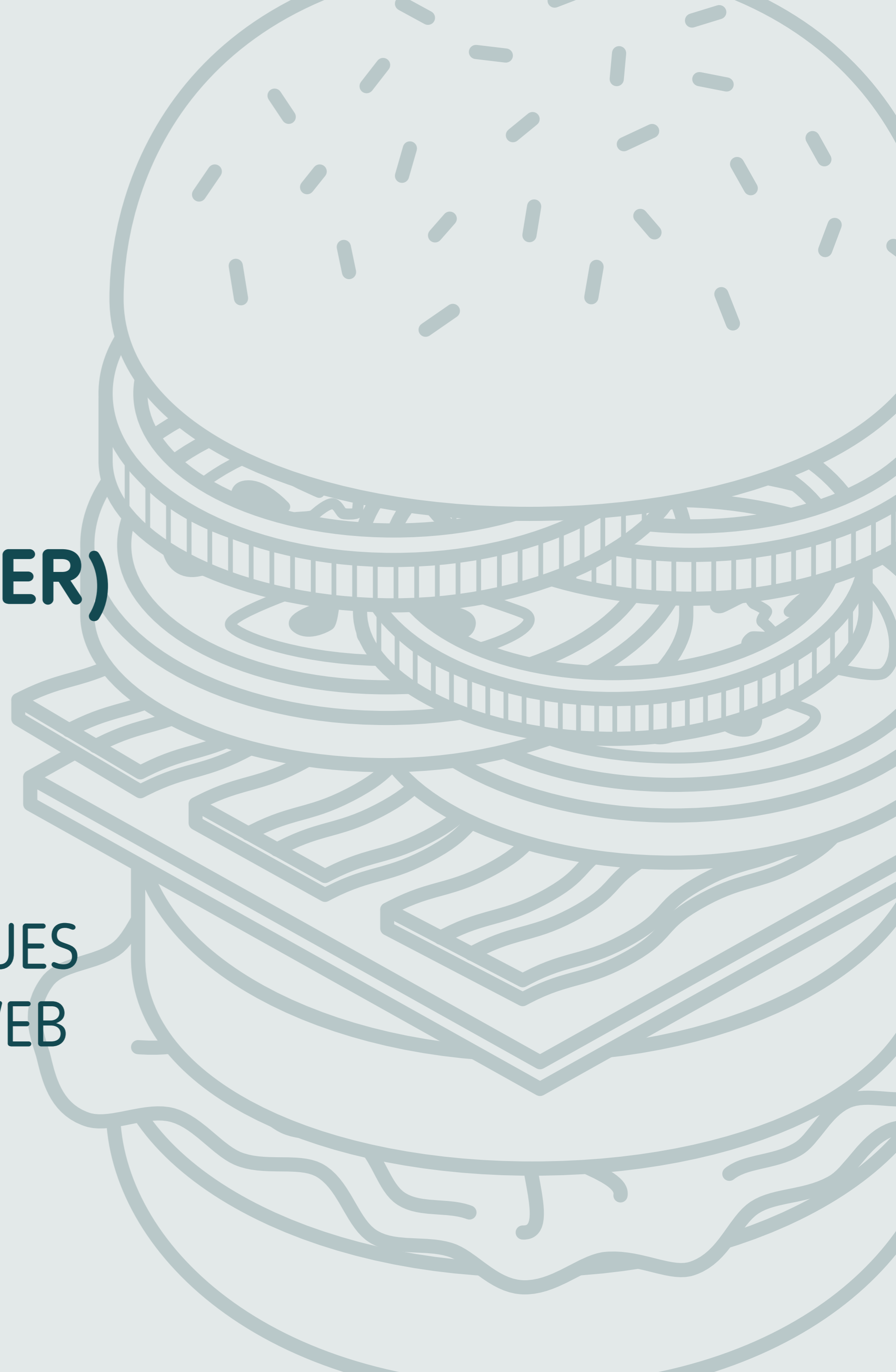


CONTRÔLE DE L'EFFICACITÉ



MESURE DE L'ATTEINTE DES OBJECTIFS

- **SONDAGE TÉLÉPHONIQUE (LÉGER)**
REJOINDRE UN CERTAIN POURCENTAGE
DES SEGMENTS VISÉS
- **GOOGLE ANALYTICS**
PERMET D'AVOIR ACCÈS AUX STATISTIQUES
DÉTAILLÉES DES VISITES SUR LE SITE WEB



MESURE DE L'ATTEINTE DES OBJECTIFS

- **OUTILS D'ANALYSE INTÉGRÉS**
LES MÉDIAS SOCIAUX TELS QUE FACEBOOK
POSSÈDENT DES OUTILS D'ANALYSE
QUI SONT INTÉGRÉS À MÊME
LEUR PLATEFORME





1 Burger garni

- **CONTRÔLE DE L'EFFICACITÉ** **09**
- **OUTILS DE COMMUNICATIONS RÉCURRENTS** **08**
- **OUTILS DE COMMUNICATIONS** **07**
- **MESSAGE À TRANSMETTRE** **06**
- **AUDITOIRES CIBLES** **05**
- **OBJECTIFS DE COMMUNICATION** **04**
- **ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT INTERNE** **03**
- **ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT EXTERNE** **02**
- **LE MANDAT** **01**



L'agence secrète

COMMUNICATION D'INFLUENCE



AGENCESECRETE.COM

