

La communication, UNE QUESTION DE TIMING

366 jours en 2008, c'est 24 heures de plus pour organiser sa communication. Car, en la matière, tout s'anticipe ! Découvrez 3 techniques et 1 outil incontournable pour rester en tête de course.

1 Communication globale, Communication ponctuelle

La communication globale comprend l'ensemble de vos actions de communication sur le long terme. Elle traduit les valeurs de votre structure et se caractérise par une forte cohérence. Logo, charte graphique, base line, newsletter... sont autant d'outils utilisés dans la durée et la régularité. Ils vous permettent d'être identifiés par votre public et facilitent sa fidélisation.

La communication ponctuelle, quant à elle, souligne le caractère exceptionnel d'une opération. Le visuel et le message, tout en restant en adéquation avec votre communication globale, traduisent la spécificité de l'action : thématique particulière, événement insolite, partenariat précis, etc.

2 Organiser la communication

Quelle que soit l'action de communication envisagée, elle s'anticipe et s'organise. Avant toute chose, il convient de définir précisément les points suivants :

- Quelles sont mes cibles ? Quel est le contexte de mes interlocuteurs ?
- Quels sont les objectifs à atteindre ?
- Quels supports utiliser ?
- Quels sont les messages à transmettre ?
- Qui sont les émetteurs et comment organisent-ils leur discours ?

Une fois ces fondamentaux déterminés, il reste à tenir compte des délais de mise en œuvre des actions de communication : création des supports, impression, location de salles, traiteurs, etc.

3 Eviter les courts-circuits

Des actions de communication menées simultanément peuvent se court-circuiter, si l'on n'y prend garde. Imaginez des relations Presse menées par un service de l'entreprise et d'autres pilotées par la Direction, ou l'organisation d'un événementiel prévu en même temps qu'une inauguration, ou encore une information lancée dans un contexte d'actualité non porteur... !

Deux solutions pour éviter la cacophonie : une bonne organisation interne et la mise en place d'un rétro planning, consultable par tous les acteurs de la communication.

Isabelle NOURY

Communication Réactive

06 50 99 78 90

www.communication-reactive.com



