

COM 1560 - Le Projet de communication

Préalable : Le lien message - signification

Le message est le contenu de la communication. La signification joue un rôle essentiel dans l'élaboration de nos messages – ce qu'une notion signifie pour vous n'a pas nécessairement la même signification pour votre public ciblé. Tout ce qui est inscrit signifie, tout ce qui signifie communique.

Le plan

Le plan de communication prévoit, organise, programme les messages, leur contenu et les moyens de diffusion nécessaires à la réussite d'un objectif.

Analyse des besoins

- L'analyse des besoins est fondamentale
- Identifier les besoins communicationnels de votre sujet
- Définir les variables qui seront nécessaires pour organiser l'information et constituer la forme et le contenu de vos messages
- Que faut-il communiquer et pourquoi ?

Structure du plan de communication

- Objectif - Quoi?
- Justification - Pourquoi ?
- Public ciblé - Qui ?
- Ressources disponibles - Comment ?
- Échéancier - Quand ?

1) Objectif

Quel sera le but de notre projet ?

Que voulons-nous réussir suite à l'analyse des besoins ?

2) Justification

Réflexion sur les raisons pour lesquelles il est important d'atteindre cet objectif communicationnel.

3) Public ciblé

Inventorier et classer les destinataires en prenant soin de leurs particularités démographiques et culturelles: sexe, âge, niveau éducation, revenu, langue.

- Élaborer un profil
- Créer votre message en conséquence

4) Ressources disponibles

Identifier les ressources nécessaires pour la mise en marche de votre plan de communication

- Ressources humaines (qualités, connaissances, temps)
- Ressources économiques (budget éventuel)
- Ressources matérielles : équipement informatique, logiciels, photos (achetées, téléchargées, scannées...), documents, etc.

5) Échéancier

Programmer les étapes, fixer un échéancier (les dates à respecter), et répartir les tâches entre les membres concernés

Plus le projet et ses objectifs sont clairement définis au préalable, plus le plan de communication correspondant est aisément organisé et mis en oeuvre.

Le document que vous soumettez devrait contenir les éléments suivants :

1) Expliquer vos objectifs (brève intro). Partir d'une idée générale ou de la réalité (ex : pour faire la promotion d'un nouveau rouge à lèvres, d'une nouvelle bière, informer les enfants sur les dangers de fumer, annoncer un évènement, etc...)

2) Type de communication visée : Promotion ou information, formation ou persuasion ?

3) Définir le thème (ce qui est central à l'idée) : ludique (concerne des enfants par ex), sérieux (avocats par ex), la sphère d'activités (banques, notaires, écoles...), la population.
Préciser le plus possible les formes, couleurs, textures.
Justifier vos choix.

4) Spécifier la forme de la production : affiche et dépliant, (Si applicable, décrire les éléments supplémentaires que vous ne pourrez pas faire dans le contexte du cours).

5) Public cible : sexe, âge, niveau éducation, revenu, langue. Comment est-ce que votre idée atteindra et répondra aux besoins de la clientèle choisie ?

6) Énumérer les ressources disponibles :

Pour pouvoir réaliser ce projet, il faut :

- ressources en personnel, matériel, logiciels, photos (achetées, téléchargées, scannées...), documents.

7) Tracer un échéancier et répartissez les tâches.

DATE DE REMISE du plan de production version papier : **10 mai 2005.**