



BETSABEH PLURIEL CONSULTING

S1. LA GESTION DE PROJET PHASE DE CADRAGE

1. Introduction
2. Le cadre du projet
3. Le phasage du projet
4. La structure de projet
5. L'anticipation des risques
- 6. Le plan de communication**

MF DEVILLERS - 02 03 2022

Contact : Marie-Françoise Rouault Devillers

www.bpluriel.com

mfdevillers@bpluriel.com – mfdevillers@gmail.com

Tel : 06 79 00 31 71



LE PLAN DE COMMUNICATION

Objectif :

- Adapter les messages et les leviers de la communication aux cibles de population

Finalité :

- Outil par excellence de la gestion du changement
- Créer les conditions du dialogue : j'existe et je fais exister l'autre
- Anticiper et gérer les changements réels ou perçus pour limiter les risques (notamment « politiques » et « émotionnels »)



LE PLAN DE COMMUNICATION

Définition

- Support d'information qui permet d'informer les acteurs et de recueillir les réactions des acteurs concernés par le projet.
- Il fournit la mémoire, la lisibilité, la consultation et l'archivage de toutes les informations relatives au projet
- Il permet la circulation de l'information

Principes méthodologiques

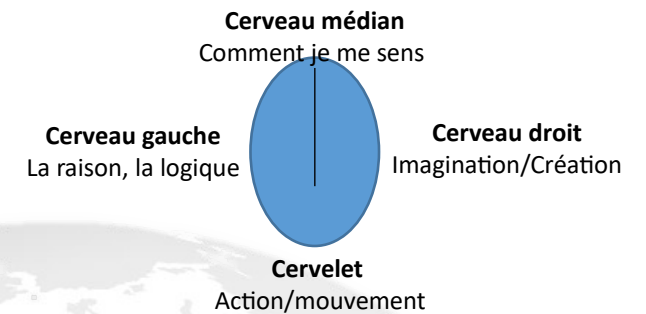
- ☐ Identifier les cibles
- ☐ Identifier le positionnement de la cible dans l'établissement ou dans la structure projet afin de personnaliser la communication (stratégie, décision, validation, information...)
- ☐ Décider de la nature de communication à privilégier selon les cibles
- ☐ Mettre en place les moyens adaptés à la nature de la communication : contenu, forme, périodicité, support...
- ☐ Faire valider le plan de communication par le comité de pilotage

Présentation

Etapes du projet	Cibles de communication	Actions de communication	Objectifs de communication	Moyens	Quand	Responsables
		Quoi	Pourquoi	Comment Combien Où	Quand	Qui



DE L'IMPORTANCE DE COMMUNIQUER SUR PROJET



► Prendre en compte le fonctionnement du cerveau humain :

- On perçoit la réalité extérieure au travers du filtre de la perception de nos 5 sens : vue, odorat, ouïe, toucher, goût, (+6^{ème} esprit : monde intérieur, émotions)
- On interprète : bon ou mauvais

► La perception d'une intention (même très fondée) peut donc être transformée positivement ou négativement....donc il y a lieu d'être au clair sur notre objectif de communication en tenant compte de la façon dont les personnes vont percevoir le projet. Donc se poser les questions :

- Quelle intention promouvoir ? Quel est le sens profond de ce projet ?
- Comment peuvent-elles percevoir ce projet ?
- Quels sont dans ce contexte, les perceptions et les besoins des équipes ?

► Nourrir les 4 « cerveaux » afin de s'assurer que le message est porteur de sens

- Cerveau gauche ; structure, analyses, rationalité
- Cerveau droit : vision, sensibilité, émotions, images, rêves, souhaits, inspirations
- Harmoniser le cerveau médian : c'est le ressenti, fierté, contribution, confiance renouvelée, comment ils vont se sentir, comment stimuler le ressenti, quelle place donnée à la visualisation ?
- Cerveau reptilien : concrètement, qu'est-ce qui va me pousser à agir ?



ATELIER CONSTRUCTION D'UN PLAN DE COMMUNICATION

Objectifs

- Construire les éléments du contenu de votre plan de communication
 - Les cibles de la communication sans oublier les parties prenantes indirectes qui peuvent avoir une influence sur le projet
 - Leurs besoins spécifiques, attentes, préoccupations
 - Ce que l'on attend d'eux dans le projet (avis, soutien, participation, ...?) : pourquoi communiquer ?
 - Les messages clés associés : quoi ?
 - Les modalités de communication = comment, quand, qui, où, ...?

Modalités : Utiliser la matrice jointe

Synthèse

- Ce qui est clair, ce qui ne l'est pas
- Qu'est ce qui reste à préciser, selon vous ?
- Comment, quand et qui peut vous aider ?



45 minutes





ATELIER CONSTRUCTION D'UN PLAN DE COMMUNICATION

Cibles	Comité de pilotage	Equipes projet	Personnels	Autres services	Externes	Définition
Pourquoi						Objectifs de communication / cible
Quoi						Quel type de communication à transmettre / cible
Qui						Qui est responsable de la communication / cible
Quand						A quelle date, fréquence
Comment						Forme de communication (journal, réunion, note de service...)
Combien						Combien de documents, nombre de personnes
Où						Lieu de la communication (si besoin)