



Bruno BINSSE
Simon DALVY
Vincent GAUTHIER
Vincent PARE



Université de Picardie Jules Verne
IUP MIAGE – Bâtiment F
33, rue St Leu – 80039 Amiens Cedex
Tél : (33) 03.22.82.88.00

Résumé du Chapitre 4

Stratégie de communication



Objectif

L'objectif du document est de rédiger un résumé du chapitre 4 du cours de Stratégie de communication.

Sommaire

Résumé

Document

Version 1.0
Date du document : 13/09/2010
Editeur : Bruno BINSSE

Résumé

Le plan de communication est l'expression de la stratégie de communication. Il indique la marche à suivre pour produire et diffuser les messages nécessaires à la bonne conduite du projet.

Il faut alors prévoir le budget (frais d'impression, courrier ...), les objectifs (quoi dire à qui) et avoir à disposition des contacts et des ressources.

On devra respecter quatre étapes :

1. Définir la cible (réponse à la question : à qui ?).
2. Définir l'environnement concurrentiel (étudier la concurrence).
3. Définir l'objectif précis (par rapport à un public connu).
4. Définir le contenu (détail du produit à réaliser, comment et pourquoi).