

RÉDACTION D'UN PLAN DE COMMUNICATION DIGITALE

Martin AMENOUGLO

Community manager, chercheur en communication digitale,
spécialiste Facebook marketing, professionnel agréé du réseau de
recherche d'Adwords certifié par Google

WhatsApp : 0022893234721 / Appel : 0022890389076

OBJECTIFS

1-Citer les 07 parties d'un plan de communication digitale

2-Rédiger un plan de communication digitale

3-Savoir évaluer et optimiser un plan de communication digitale

PLAN

INTRODUCTION

I-Rédaction d'un plan de communication

1. 1-Objectifs et KPI
2. Cible
3. Canaux
4. Calendrier
5. Dispositif de communication
6. Budget
7. Exécution-évaluation-optimisation

CONCLUSION

INTRODUCTION

- **Communication digitale** = utilisation du web, des réseaux sociaux ou tout autre support numérique, pour diffuser des informations.
- Beaucoup de canaux de communication digitale , donc choix judicieux
=> Plan de communication digitale
- Intérêt : base scientifique, meilleure organisation, meilleurs résultats

I-Rédaction d'un plan de communication digitale

(Ou stratégie de communication digitale)

Rédaction d'un plan de communication digitale

À rédiger

- Systématiquement au début de chaque année

- À chaque fois que c'est nécessaire, à l'occasion d'une campagne publicitaire par exemple

07 parties :

- Objectifs et KPI
- Cible
- Canaux
- Calendrier
- Dispositif de communication
- Budget
- Exécution-évaluation-optimisation

Rédaction d'un plan de communication digitale

Objectifs et KPI

Cible

Canaux

Calendrier

Dispositif d'exécution

Budget

Exécution-Evaluation
optimisation

Objectifs

Pourquoi voulez-vous communiquer sur internet ?

☐ Augmenter ses vente

☐ Visibilité/Notoriété

☐ Agrandir sa base de données de prospects

☐ Montrer une image moderne de l'entreprise en utilisant les réseaux sociaux

Rédaction d'un plan de communication digitale



KPI = Key Performance Indicator (ou **ICP** = Indicateur Clé de Performance)

Quels sont les paramètres qui vous permettront d'évaluer l'atteinte de vos objectifs ?

- ❑ Augmenter ses vente = chiffre d'affaire (exemple : 1.000.000/mois)...
- ❑ Visibilité/Notoriété = Nombre d'abonnés sur ses présences digitales (400 abonnés/semaine sur Facebook)...
- ❑ Agrandir sa base de données de prospects = Nombre de nouveaux prospects enregistrés (exemple : 100 nouveaux contacts par mois)...

Rédaction d'un plan de communication digitale

Objectifs et KPI

Cible

Canaux

Calendrier

Dispositif d'exécution

Budget

Exécution-Evaluation
optimisation

Qui voulez-vous atteindre grâce à votre communication ?

□ Description claire :

- Entreprises : secteur d'activité, situation géographique, taille...
- Particuliers : résidence, âge, sexe, catégorie professionnelle, style de vie...

Rédaction d'un plan de communication digitale



Quels canaux choisir ?

❑ Trois éléments essentiels à considérer :

- Objectifs
- Cible : les canaux qu'elle utilise
- Contenu : type, format

Important de définir là, le rôle de chaque canal dans l'atteinte des objectifs

Rédaction d'un plan de communication digitale

Objectifs et KPI	Cible	Canaux	Calendrier	Dispositif d'exécution	Budget	Exécution-Evaluation optimisation		
------------------	-------	--------	------------	------------------------	--------	-----------------------------------	--	--

Exemple

	Site web	Facebook	Twitter	YouTube	WhatsApp	Google +	SMS	Email Marketing
Renforcer la visibilité/notoriété								
Montrer son expertise								
Construire une image de marque forte et positive								
Développer son carnet d'adresse								
Augmenter les ventes								
Fidéliser ses clients								
Référencement								

Rédaction d'un plan de communication digitale



- ❑ Calendrier éditorial : type de contenus, plan de publication

- ❑ Calendrier des événements et journées spéciales : Date, activités à mener, budget...

Rédaction d'un plan de communication digitale



❑ Ressources humaines : Community managers, graphistes...

❑ Moyens techniques : ordinateurs, smartphones, connexion internet, logiciels...

❑ Banque de contenus

Rédaction d'un plan de communication digitale



❑ En pratique, on a une idée du budget avant de débiter la rédaction du plan de communication

❑ Est pris en compte : Le coût du dispositif d'exécution, l'organisation des événements...

Rédaction d'un plan de communication digitale

Objectifs et KPI

Cible

Canaux

Calendrier

Dispositif d'exécution

Budget

Exécution-Evaluation
optimisation

❑ Exécution : Préciser les dates de début et de fin et la durée d'exécution de la stratégie de communication digitale

❑ Evaluation : à l'aide des KPI

❑ Optimisation : selon les résultats de l'évaluation

Rédaction d'un plan de communication digitale



La communication ne marche pas ?

- ☐ Un plan de communication qui ne marche pas = Les objectifs, évalués par des KPI adéquats, ne sont pas atteints malgré un suivi rigoureux du plan de communication, pendant un temps raisonnablement suffisant pour que la communication marche.
- ☐ Revoir si le produit/service autour duquel on communique peut vraiment être vendu et améliorer l'offre si nécessaire

«Le produit qui ne se vendrait pas sans publicité ne se vendra pas profitablement avec de la publicité.» Albert Lasker

- ☐ Revoir le plan de communication

CONCLUSION

- ❑ Intérêt du plan de communication = base scientifique, meilleure organisation, meilleurs résultats
- ❑ 07 parties : Objectifs et KPI, Cible, Canaux, Calendrier, Dispositif de communication, Budget, Exécution-évaluation-optimisation
- ❑ Evaluation grâce aux KPI
- ❑ Quand ça ne marche pas : produit, plan de communication digitale