

E-BOOK PLANNING D'ACTION DE COMMUNICATION

CENTRE DE FORMATION TICHRI



E-BOOK

2 / TABLE DES MATIÈRES

3 / PLANNING DE COMMUNICATION

4 / PRÉPARER SON PLANNING

6 / PERSONNALISER SON PLANNING

7 8 9 / BONUS ++

10 / CONTACT



Gérer sa communication au quotidien peut être chronophage. De plus il est nécessaire d'avoir une vision sur le long terme afin de créer des « process » et une méthodologie qui éviterons de répéter sans cesse les mêmes tâches. Alors comment créer son planning de communication et comment l'utiliser pour les supports digitaux ?

PLANNING DE COMMUNICATION

Un planning de communication est une estimation des besoins de l'entreprise en terme de communication graphique, publicité et événements sur une période donnée. Généralement entre 6 mois pour les activités les plus saisonnières et 2 ans pour les plus conséquentes.

Venons-en maintenant à la réalisation de celui-ci.





Afin d'être efficace, il est nécessaire de réunir toutes les personnes prenant part à la communication (PDG, Dir. Com', DC, Graphiste...) pour que les infos dont chacun disposent soient mises en commun. Il sera ensuite nécessaire de lister tous les éléments de communication qui seront développés durant le planning envisagé. C'est donc le moment d'être exhaustif, d'indiquer tous ce qui permettrait un rayonnement optimal à la marque. Cette liste étant faite, chaque élément va pouvoir être indiqué sur le planning en fonction de plusieurs données : la date de diffusion, son temps de production et son coût. En effet il convient d'accorder les finances de l'entreprise à cette planification car une bonne communication ne sert à rien si elle met l'entreprise en difficulté.

Au fur et à mesure que les données sont renseignées, le planning se remplit et votre vision s'éclaircit. Vous venez de créer votre planning de communication à long terme. Que ce soit pour les supports imprimés (print) ou digitaux, la procédure est la même.



Cependant d'autres corps de métier peuvent alors intervenir (Community Manager, Développeur...) et l'un des leviers de communication va devenir un véritable pilier : la ligne éditoriale. Si celle-ci est nécessairement présente dans votre communication print d'entreprise, puisqu'elle en définit le ton, elle sera d'autant plus importante sur le web.

**" LE DIGITAL VOUS
CONNECTE À VOS
CLIENTS ET CES
DERNIERS
ATTENDENT DE
VOTRE MARQUE
RÉACTIVITÉ,
RÉASSURANCE ET
CONFIANCE. "**

La ligne éditoriale va donc dicter de quelle manière vous gérer les buzz et les bad-buzz et à quelle fréquence vous publiez.



” UNE
COMMUNICATION
DIGITALE
EFFICACE SE
DOIT D’ ÊTRE
RÉGLÉE COMME
DU PAPIER À
MUSIQUE”



C'est sur ce dernier point que nous nous attardons car une communication digitale efficace se doit d'être réglée comme du papier à musique. Plusieurs paramètres en dépendent, que ce soit votre référencement (gratuit ou payant) ou l'effet viral de vos publications. Il convient donc d'avoir un planning de communication digitale clair et précis pour éviter toute mauvaise publicité, qui peut en quelques minutes détruire des mois de communication efficace.

Comme nous l'avons vu, beaucoup d'éléments de communication peuvent se chevaucher et se parasiter si un planning n'est pas clairement défini. Un événement non préparé, une campagne de publicité mal réalisée ou de mauvais échanges digitaux peuvent rapidement mettre à mal l'organisation de votre entreprise. Dans l'idéal, il est préférable de faire régulièrement une mise à jour de votre planning de communication d'entreprise

En tenant compte de vos nouveaux projets internes et externes et de créer du lien entre les différents intervenants afin que tous les éléments se déploient de concert et de façon optimale. Un peu comme si tout était...planifié.

Généralement, le coût d'un tel planning s'estime en temps. Car s'il est vrai qu'au sein d'une entreprise conséquente, qui dispose des personnes nécessaires, tout ceci est induit; il n'en est pas moins vrai qu'une entreprise ne disposant pas des mêmes ressources et qui souhaite manager sa communication sans prendre sur son temps de production ou de prospection doit trouver une solution externe. Le centre de Formation Tichri vous aide à réaliser votre planning de communication gratuitement en vous proposant de remplir et personnaliser vous-même votre planning de communication. Ainsi, vous ne réglez que vos supports de communication soigneusement planifiés et vous ne perdez plus votre temps.



PERSONNALISER
VOTRE
PLANNING

INSPIRATIONS ...

30 jours de contenu

POUR VOS RÉSEAUX SOCIAUX

JOUR 1

CITATION INSPIRANTE + LOGO

JOUR 2

PARTAGER QUELQUE CHOSE DE PERSONNEL

JOUR 3

PROMOUVOIR VOTRE ACTIVITÉ

JOUR 4

PROPOSER UN CADEAUX / RÉDUCTION!

JOUR 5

VIDÉO DE PRÉSENTATION

JOUR 6

TRUCS & ASTUCES DE L'ACTIVITÉ

JOUR 7

HISTOIRE DE L'ACTIVITÉ

JOUR 8

QUESTIONNAIRE/SONDAGE

JOUR 9

MONTRER LES COULISSES

JOUR 10

METTRE EN AVANT VOS +

JOUR 11

OFFRIR BONUS

JOUR 12

CURATION (PARTAGER DES PUBLICATIONS EXTERNES)

JOUR 13

PARTAGER VOS RESSOURCES

JOUR 14

CITATION MOTIVANTE + LOGO

JOUR 15

DERNIER ARTICLE (BLOG) OU PRODUIT

JOUR 16

FAIT AMUSANT CLIENT / ANECDOTE

JOUR 17

INFORMATION SECTORIELLE

JOUR 18

PROMOTION À VENIR

JOUR 19

REMERCIER VOS FANS

JOUR 20

VIDÉO INSPIRANTE

JOUR 21

BONUS À TÉLÉCHARGER

JOUR 22

CURATION (PARTAGER DES PUBLICATIONS EXTERNES)

JOUR 23

CRÉATION VISUELLE

JOUR 24

PHOTOS DE L'ACTIVITÉ / BOUTIQUE

JOUR 25

TRUCS & ASTUCES DE L'ACTIVITÉ

JOUR 26

PROMOUVOIR VOTRE ACTIVITÉ

JOUR 27

CITATION INSPIRANTE + LOGO

JOUR 28

MONTRER LES COULISSES

JOUR 29

METTRE EN AVANT VOS +

JOUR 30

CRÉATION VISUELLE



CALENDRIER ANNUEL

32 Événements annuels

POUR VOS RÉSEAUX SOCIAUX

JANVIER

SOLDE
EPIPHANIE (6)
NOUVEL ANS CHINOIS

FÉVRIER

SAINT-VALENTIN (14)

MARS

JOURNÉE DE LA FEMME (8)
SAINT PATRICK (17)
ÉQUINOXE PRINTEMPS (21)

AVRIL

POISSON D'AVRIL (1)
PÂQUES

MAI

FÊTES DU TRAVAIL (1)
FÊTE DE LA VICTOIRE (8)
PENTECÔTE
ASCENSION

JUIN

FÊTE DES PÈRES
SOLSTICE (21)

JUILLET

FÊTE NATIONALE DES ETATS-UNIS (4)
FÊTE NATIONAL FRANÇAISE (14)
SOLDE

AOÛT

ASSOMPTION (15)

SEPTEMBRE

RENTRÉE SCOLAIRE
ÉQUINOXE AUTOMNE

OCTOBRE

HALLOWEEN (31)

NOVEMBRE

TOUSSAINT (31)
SAINTE CATHERINE (25)
THANKSGIVING (4 IEM JEUDI)

DÉCEMBRE

SOLSTICE D'HIVER (21)
RÉVEILLON DE NOEL (24)
NOEL (25)

LES XX ANS DE LA BOUTIQUE
LES XX ANS DU DIRECTEUR

INAUGURATION D'UNE XX BOUTIQUE
ÉVÉNEMENTS PRIVÉS / SALONS / FOIRES

CALENDRIER MENSUEL DE COMMUNICATION



MOIS :

LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI	SAMEDI	DIMANCHE

commentaire



C O N T A C T

CENTRE DE FORMATION TICHRI

Associationtichri.fr
tichri13@gmail.com
Siret 79116855200044
Numéro de Formateur
93131463813

R E J O I G N E Z - N O U S

