

Sommaire

Chapitre 1 - Définition et caractéristiques du projet de communication	7
Définition de la notion de projet	
Définition de la notion de projet de communication	
Les principales caractéristiques d'un projet de communication	
Chapitre 2 - La démarche stratégique : votre fil rouge	9
Chapitre 3 - La structuration du projet de communication	11
4 phases pour un projet de communication	
8 étapes clés pour un projet de communication	
Les principaux paliers du projet de communication	
Chapitre 4 - Les solutions de communication au service du projet	19
Chapitre 5 - La prise en charge du dossier de l'annonceur	25
Le brief	
La fiche d'identité de l'annonceur	
Guide pour la conception d'une étude documentaire	
Le cahier des charges pour une étude	
Le diagnostic de situation	
La matrice SWOT	
Chapitre 6 - La conception du projet de communication	37
L'analyse des cibles	
La carte perceptuelle	
Le brainstorming	
La méthode Scamperr	
La méthode des 6 chapeaux	
L'hexamètre de Quintilien	
Le schéma de LASSWELL	
Chapitre 7 - La mise en œuvre du projet	45
La note de cadrage	
Le cahier des charges	
Le cahier des charges pour un site internet	
Le cahier des charges pour un blog	

Sommaire (suite)

Le cahier des charges pour un événement	
Le dossier de partenariat pour un événement	
Guide pour un événement éco-responsable	
Le cahier des charges pour un stand de salon	
Le cahier des charges pour une commande d'imprimerie	
Le cahier des charges pour un journal d'entreprise	
Le cahier des charges pour une newsletter	
Le cahier des charges pour un communiqué de presse	
La structure d'un communiqué de presse	
La structure d'un fichier presse	
Le cahier des charges pour une plaquette	
Choisir un prestataire : un imprimeur	
Le cahier des charges pour une identité visuelle	
La copy stratégie et la copy stratégie créative	
Le Plan de Travail Créatif	
Le brief créatif	
La fiche de tâche	
Le planning	
Le rétro-planning	
Le diagramme de GANTT	
Les tableaux de bord	

Chapitre 8 - L'évaluation du projet de communication 77

Les 5 P ou les 5 Pourquoi	
Le questionnaire de satisfaction	
Les critères d'évaluation du projet de communication	

Chapitre 9 - Projet de groupe? Organisez-vous ! 81

Préparer une réunion de travail	
Faire un compte rendu de réunion	

De quelques mots clés 84

Et pour finir, soyez pro ! 85

L'épreuve E6 au BTS Communication 86

Préface

Cet ouvrage pratique s'adresse aux étudiants qui, dans le cadre de leurs études, doivent concevoir et conduire un projet de communication.

La dernière partie est spécialement conçue à l'intention des étudiants en BTS Communication. Elle devrait leur permettre d'aborder avec méthode l'épreuve E6.

La réussite d'un projet de communication dépend étroitement de la maîtrise des **outils** qui permettront, à toutes les étapes, sa structuration.

Que ce soit pour la conception de votre projet, son organisation, son suivi ou son évaluation, des outils peuvent encadrer votre travail et votre avancement. N'hésitez pas à les utiliser. Votre projet n'en sera que plus riche et plus aisé.

Le présent ouvrage vous présente la diversité de ces outils, sans avoir la prétention d'être exhaustif. Bien entendu, il ne s'agit pas, de tous les utiliser, mais de choisir ceux qui seront les plus pertinents pour votre projet de communication. Choisissez aussi les outils avec lesquels vous vous sentirez le plus à l'aise. Mais efforcez-vous de faire en sorte que chaque phase de votre projet soit enrichie par l'un ou l'autre de ces outils.

L'auteur



Les Outils du Projet de Communication

Les Mémentos

L'ouvrage

Cet ouvrage, spécialement dédié aux étudiants en communication, mais aussi aux étudiants en marketing, propose une méthodologie de conduite de projet de communication.

Il apporte une diversité dans le recours aux outils, que ce soit dans la phase de veille, de conception, de conduite ou encore d'évaluation du projet.

La dernière partie de l'ouvrage guidera les candidats au BTS Communication dans la préparation de l'épreuve « Projet et pratiques de la communication » (épreuve E6).

L'auteur

Henri RIVOLLIÉ dirige le réseau des écoles de Communication SUP'DE COM (11 campus en France et à l'étranger). A ce titre, il a eu l'occasion de concevoir et de manager de nombreux projets de communication et a encadré bon nombre de projets étudiants.



Prix : 13 euros

ISBN : 978-2-84347-906-9

Référence éditeur : EX93

Code Géodif : G24821

