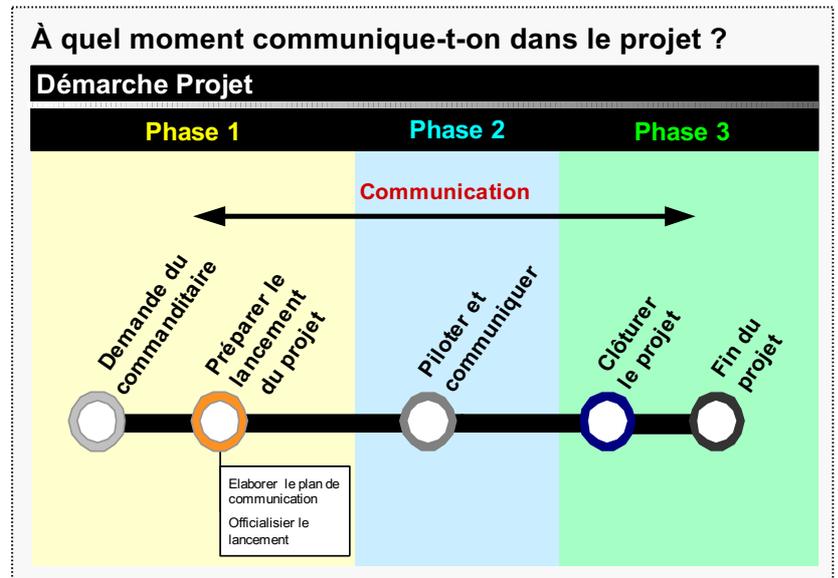


## Les Finalités

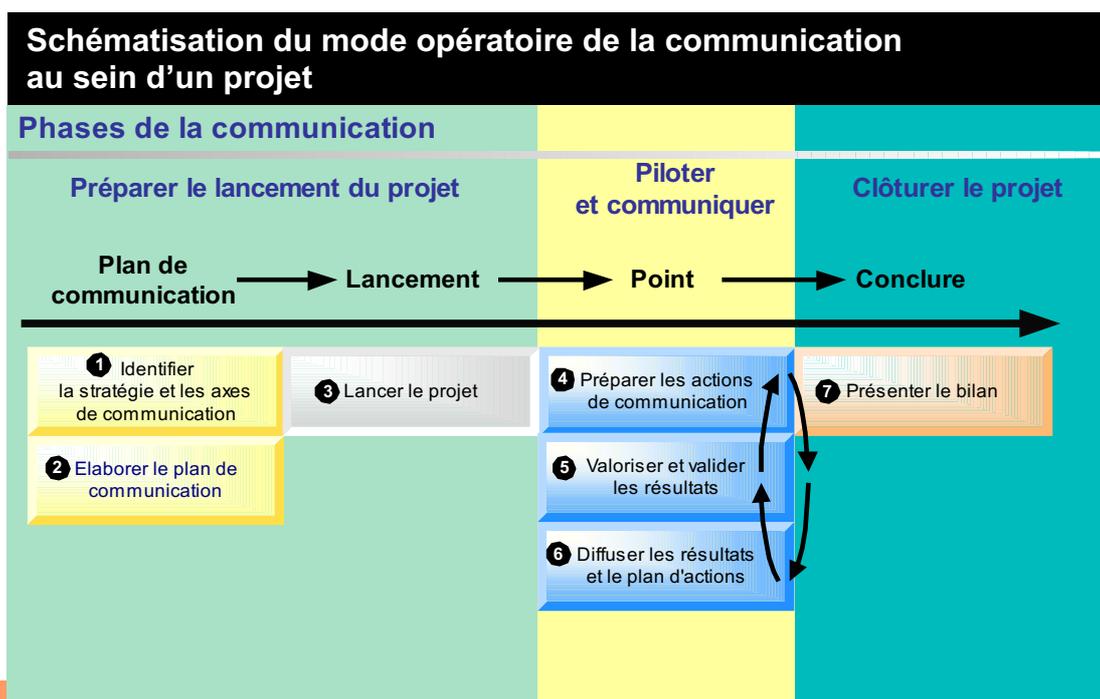
*A quoi sert-il de communiquer dans un projet ?*

- Convaincre, expliquer, persuader, motiver et faire adhérer pour :
  - ➔ Accompagner et faire accepter le changement
  - ➔ Faciliter la compréhension du projet et son appropriation par tous les acteurs
- Piloter, c'est-à-dire :
  - ➔ Favoriser l'échange entre les acteurs et faciliter l'avancement de l'équipe
  - ➔ Suivre l'état d'avancement du projet
  - ➔ Tenir compte des réactions et des évolutions du terrain via les remontées d'informations
  - ➔ Créer des axes de motivation
  - ➔ Faciliter la prise de décision
- Promouvoir, valoriser les acteurs et les résultats



## Le Mode Opératoire

*Comment communiquer au sein d'un projet ?*



## 1- PREPARER LE LANCEMENT DU PROJET : SAVOIR DEMARRER

La communication est un levier incontournable pour s'assurer de la réussite du projet ! On estime que plus de 50% de la réussite d'un projet est liée à une communication efficace : bien pensée et bien organisée, elle peut devenir un facteur de motivation et d'accélération dans le déroulement du projet. D'où l'importance du plan de communication qui transcrit de manière opérationnelle les exigences et objectifs en communication exprimés par le commanditaire.

### ■ Étape 1 : Comment élaborer un plan de communication ?

**1** Identifier la stratégie et les axes de communication

- ⇒ Cerner la problématique et les enjeux de communication
- ⇒ Identifier les objectifs de communication en fonction des cibles
- ⇒ Identifier les cibles pour :
  - la communication opérationnelle
  - la communication promotionnelle
  - la communication informative
- ⇒ Prendre en compte les modes de communication usuels
- ⇒ Identifier les messages que l'on souhaite véhiculer pour chacune des cibles
- ⇒ Faire valider les objectifs par cible et les messages par le commanditaire

#### Glossaire

- ☐ **Cible** : partie prenante de l'entreprise ou groupe d'acteurs dont la relation est déterminante au cours du projet
- ☐ **Communication opérationnelle** : échanges entre les acteurs actifs ou opérationnels du projet
- ☐ **Communication promotionnelle** : échanges orientés vers le client ou les utilisateurs du produit final pour assurer la promotion, 'vendre' le projet et le résultat
- ☐ **Communication informative** : échanges orientés vers les instances décisionnelles du projet et de l'entreprise afin de les informer de l'état d'avancement du projet

**2** Elaborer le plan de communication

- ⇒ Recenser les actions de communication à mettre en œuvre
  - ① Exemples d'actions de communication : réunion de validation, réunion d'étape,....
  - Utiliser l'outil QQQQPC pour lister les actions et les caractériser
- ⇒ Sélectionner les moyens de communication pour chaque action
  - ① Exemples de moyens de communication : groupe de travail, fiches de reporting, fax, mail, téléphone, planning....
  - Utiliser des documents standardisés à remettre aux acteurs pour faciliter le reporting et la consolidation des données
- ⇒ Planifier les actions et les intégrer dans le planning détaillé
- ⇒ Rédiger le plan de communication et l'annexer à la note de cadrage
- ⇒ Faire valider le plan de communication par le commanditaire

#### ① Type de communication et supports privilégiés pour chaque cible

		Communication opérationnelle	Communication promotionnelle	Communication informative	Supports de communication privilégiés	
CIBLES	Acteurs opérationnels	Membres de l'équipe projet Experts	X	X	Tableaux de bord, planning, fiche de reporting, plan d'actions, compte rendus	
	Instances de décision	Comité de pilotage Commanditaire		X	X	Compte rendus, revue de projet, planning
	Autres acteurs	Utilisateurs finaux Personnel Clients		X		Visuels de présentation

## ■ Étape 2 : Comment officialiser le lancement du projet ?



- ⇒ **Présenter le projet aux acteurs et instances de décision :**
  - contexte
  - objet
  - résultats et livrables attendus...
- ⇒ **Présenter la méthodologie et les tâches à réaliser**
- ⇒ **Présenter les rôles et les responsabilités de l'équipe projet et de chacun de ses membres :**
  - mode de fonctionnement de la structure projet
  - règles de jeu
- ⇒ **Présenter les modalités et le calendrier des actions de :**
  - communication opérationnelle
  - communication promotionnelle
  - communication informative

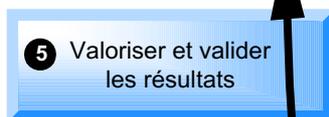
## 2- PILOTER ET COMMUNIQUER : FAIRE VIVRE LE PROJET

---

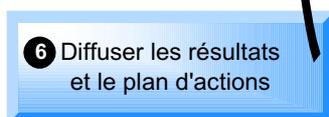
## ■ Étape 3 : Comment entretenir la communication entre les acteurs ?



- ⇒ **Regrouper les fiches de reporting** de tous les acteurs à une fréquence déterminée, permettant de :
  - remonter les informations de réalisation pour valoriser les résultats
  - faire exprimer les attentes et les besoins
  - détecter les blocages et rechercher les moyens d'y remédier
- ⇒ **Consolider les informations**
- ⇒ **Synthétiser les informations**
- ⇒ **Mettre à jour le planning**
- ⇒ **Élaborer :**
  - pour une communication opérationnelle, **une fiche de synthèse des résultats**
  - pour une communication informative, **une revue de projet**



- ⇒ **Présenter les résultats :**
  - état du réalisé/ prévu en termes coûts, qualité, temps
  - difficultés rencontrées
  - solutions préconisées
- ⇒ **Relever les décisions prises et les actions à mettre en oeuvre**



- ⇒ **Réaliser un compte rendu**
- ⇒ **Diffuser le compte rendu aux acteurs du projet et instances de décision**

### 3- CLOTURER LE PROJET : SAVOIR CONCLURE

#### ■ Étape 4 : Comment conclure le projet ?

**7** Présenter le bilan

- ⇒ Remettre officiellement les livrables attendus au commanditaire et aux utilisateurs finaux
- ⇒ Présenter le bilan du projet au commanditaire et aux instances de décisions
- ⇒ Organiser une fête pour célébrer la fin du projet

## Récapitulatif des techniques mises en oeuvre

*Quelles sont les techniques utilisées ?*

DEMARCHE GLOBALE	DEMARCHE DETAILLEE	TECHNIQUES OU OUTILS UTILISES	GUIDES METHODOLOGIQUES ASSOCIES DANS O <sup>3</sup>
<b>1 – Préparer le lancement du projet (Savoir démarrer)</b>			
<b>Étape 1 – Comment élaborer le plan de communication ?</b>	<b>1</b> Identifier la stratégie et les axes de communication	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Brainstorming</li> <li>⇒ QQQQCPC</li> <li>⇒ Conduite de réunion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Planification</li> <li>⇒ Conduite de réunion</li> <li>⇒ Note de cadrage</li> <li>⇒ Rôle des acteurs en situation projet</li> </ul>
	<b>2</b> Élaborer le plan de communication	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Brainstorming</li> <li>⇒ QQQQCPC</li> <li>⇒ Techniques de présentation écrite</li> <li>⇒ Planification</li> </ul>	
<b>Étape 2 – Comment officialiser le lancement du projet ?</b>	<b>3</b> Lancer le projet	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Conduite de réunion</li> </ul>	
<b>2 – Piloter et communiquer (Faire vivre le projet)</b>			
<b>Étape 3 – Comment entretenir la communication entre les acteurs ?</b>	<b>4</b> Préparer les actions de communication	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Reporting</li> <li>⇒ Techniques de présentation écrite</li> <li>⇒ Planification</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Conduite de réunion</li> <li>⇒ Techniques de reporting</li> </ul>
	<b>5</b> Valoriser et valider les résultats	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Conduite de réunion</li> <li>⇒ Techniques de présentation orale</li> </ul>	
	<b>6</b> Diffuser les résultats et le plan d'actions	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Outils de bureautiques utilisées (Word, Excel, Project...)</li> </ul>	
<b>3 – Clôturer le projet (Savoir conclure)</b>			
<b>Étape 4 – Comment conclure le projet ?</b>	<b>7</b> Présenter le bilan	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Conduite de réunion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Conduite de réunion</li> <li>⇒ Bilan et capitalisation</li> </ul>