

METTRE EN PLACE

MON PLAN DE COMMUNICATION

Pourquoi un plan de communication ?



Gagner du temps
sur toute l'année



Anticiper et réduire les
frais de communication



Gagner en efficacité
dans les messages

Les fondamentaux

Pour garder le contact avec votre clientèle et renforcer le sérieux et la crédibilité de votre entreprise, vous savez que vous devez communiquer, sur votre site internet, par sms..., que vous devez être présent sur les réseaux sociaux, dans la presse locale..., le tout, de manière constante et régulière.

LE PRINCIPE :

Comme pour bâtir votre maison, à la manière d'un architecte, c'est établir et présenter un plan.

Par où commencer ?



Faire le point sur votre activité et votre environnement avant de rédiger votre plan aide à :

- Prioriser ses actions
- Se fixer des objectifs pour chaque action
- Bien mesurer les résultats



Rédiger un plan annuel de communication, fil conducteur de vos messages à venir. Abordez sereinement les actions qui vont se suivre en ayant eu le temps de trouver un message commercial pertinent.



Établir un calendrier des actions à mener, pour anticiper vos besoins en photos/affiches, utiliser un planning éditorial, écrire les messages d'avance, automatiser l'animation de vos réseaux sociaux...

Un exemple ...



Objectif :

Faire découvrir les créations sur mesure de ma boutique

Résultat attendu :

*x nouveaux clients
augmentation du C. A. x%*

Temps fort :

Animation St Valentin

Quand : du 1 au 14 Février

Message : « Il est encore temps de (se) faire plaisir... »

Actions :

Date 1. Nouvelle vitrine

Date 2. Mise à jour de mon site : la sélection « à offrir »

Date 3. Compte à rebours réseaux sociaux...

(Construisez votre plan étape par étape p. 2)

Avant d'aller plus loin...

Le suivi client et la fidélisation

Il coûte 7 fois plus cher de vendre à un nouveau client qu'à un client actuel. Prévoyez d'intégrer à vos actions de communication le suivi client et un programme de fidélité.

Voir la fiche pratique :
[« Fidéliser ses clients »](#)

Étape 1 : Faire le point

Qui suis-je vraiment ?

Quelles sont mes forces ?
Qu'est-ce qui me différencie des autres commerces ?
Quels bénéfices j'apporte à mes clients ?

À qui je m'adresse ?

À tous mes clients ?
Mes meilleurs clients ?
Une nouvelle clientèle ?
Quelles sont leurs habitudes, besoins, peurs, frustrations ... ?

Quel message ?

Informé,
d'une nouveauté,
ou d'une vente exceptionnelle ?
Me faire connaître ?
Fidéliser ma clientèle... ?



Étape 2 : Plan annuel

Quel est l'objectif à atteindre ?

À partir de quel moment mon opération sera un succès ?
X nouveaux clients ? X rdv ? X part du C.A. ? X visites en magasin ?

Comment faire passer mon message ?

Quel est le meilleur vecteur de communication pour faire connaître mon produit/service/entreprise ? Quels outils ?

Quel budget y consacrer ?

Quel coût en fonction des supports de communication : site Internet, prospectus, affiche, photos professionnelles, un smartphone dédié ... ? Vais-je utiliser des outils gratuits ?
Comment l'intégrer à mes frais de fonctionnement pour mes opérations commerciales ?



Étape 3 : Calendrier d'action

Quels sont les temps forts de mon activité dans l'année ?

Organisez les phases de votre communication, fixez un calendrier et un échéancier : Qui fait quoi et quand ? Comment ?

Construisez chaque action en invitant le client à agir de son côté,

acheter un produit, se rendre dans votre boutique, vous recommander...
Gardez à l'esprit de répondre à l'objectif que vous vous êtes fixé.

Testez votre message auprès d'une personne extérieure à votre commerce, s'adresse-t-il bien à la bonne cible ? est-il compris ? attire-t-il l'attention ? est-il facile à retenir ?



Et après ?



Imprimez votre calendrier annuel et commencez à le remplir, et/ou utilisez un outil en ligne pour bien vous organiser et vous répartir les tâches avec un salarié ou prestataire...

Besoin d'un conseil, d'un accompagnement...
contactez votre conseiller local



CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE

Exemple de calendrier 2022

JANVIER

Sa. 1er Jour de l'an 🎉🌂
 Di. 2–14 Paris–Dakar
 Je. 6 C'est l'heure de la galette
 des rois ! 🎉
 Me. 12 Début
 des soldes d'hiver 🛍️

FÉVRIER

Ma. 1er Nouvel an chinois 🎉
 Ma. 2 Chandeleur 🎉
 Ve. 4–20 J.O. d'hiver
 Sa. 5–19 Tournois des VI Nations
 Ma. 8 Fin des soldes 🛍️
 Lu. 14 Saint-Valentin
 Lu. 28 Le carnaval 🎉

MARS

Ma. 1er Mardi gras 🎉
 Di. 6 Fête des grands-mères
 Ma. 8 Journée des femmes
 Je. 17 Saint-Patrick 🎉
 Lu. 21 C'est le printemps ! 🌸
*Début mars—fin mai
 période de foires aux vins*

AVRIL

Ve. 1er Poisson d'Avril !
 Je. 7 Journée de la santé
 Di. 17 Pâques
 Lu. 18 Lundi de Pâques 🎉🌂
Période des French Days 🛍️

MAI

Di. 1er Fête du travail 🌂
 Di. 8 Victoire 1945 🌂
 Lu. 16 Rolland Garros
 Je. 26 Ascension 🌂
 Di. 29 Fête des mères 🎉

JUIN

Lu. 6 Pentecôte
 Sa. 11 24h du Mans
 Di. 19 Fête des pères 🎉
 Ma. 21 C'est l'été ! 🌞
 & Fête de la musique 🎉
 Me. 22 Début des soldes d'été 🛍️

JUILLET

Ve. 1er–24 Tour de France
 Me. 14 Fête nationale 🎉🌂
 Me. 20 Dernier jour
 des soldes 🛍️

AOÛT

Di. 15 Assomption 🌂
*Fin août/mi-octobre
 période de foires aux vins*

SEPTEMBRE

Je. 1er Rentrée des classes
 Sa. 17–19 Journées patrimoine
 Lu. 19–25 Semaine du
 développement durable
 Ma. 21 C'est l'automne ! 🍁
 Ve. 24 Période
 des French Days de rentrée 🛍️

OCTOBRE

Di. 2 Fêtes des grands-pères
 Di. 31 Halloween

NOVEMBRE

Ma. 1 Toussaint 🌂
 Ve. 11 Jour du Souvenir 🌂
 Lu. 21–18 Dec.
 Coupe du monde de football 🎉
 Ve. 25 Black Friday 🛍️
 Lu. 28 Cyber Monday 🛍️

DECEMBRE

Ma. 6 Saint-Nicolas
 Je. 8 Journée du climat
 Me. 21 C'est l'hiver ! ❄️
 Di. 25 Noël 🌂
 Sa. 31 Saint-Sylvestre 🎉

Aller plus loin ...

Marquer votre identité !

Vérifiez que le nom de votre commerce est bien écrit partout pareil. Pensez à utiliser un logo ou a minima une photo qui représente votre enseigne pour être reconnu facilement.

Mesurer et ajuster

Votre planning n'est pas gravé dans le marbre, au fil de l'année, comparez les résultats des actions pour faire des choix stratégiques pour la suite ...

Besoin d'un conseil, d'un accompagnement...
 contactez votre conseiller local



CHAMBRE DE COMMERCE
 ET D'INDUSTRIE