



### Classique

#### Objectifs :

Analyser la situation de départ dans un projet : les acteurs en présence et leurs besoins de communication  
 Construire un plan de communication décliné d'une stratégie de communication  
 Communiquer sur la durée du projet de manière adaptée

#### Public :

Chefs de projets, responsables et managers de projets.  
 Membres de Project mangement office  
 Responsable de service ayant à contribuer de manière significative à la communication sur les projets les concernant

#### Identifier toutes les parties prenantes d'un projet

- Déterminer la liste des parties prenantes du projet : acteurs internes et externes, acteurs pouvant avoir une influence sur le projet.
- Formaliser leurs besoins en communication.

#### Définir une stratégie de communication

- Définir les axes forts de communication par rapport aux enjeux de changement du projet.
- Choisir les parties prenantes à prendre en compte en priorité.

#### Adapter la communication aux imprévus

- Détecter les imprévus pouvant avoir un impact direct sur la communication.
- Faire des imprévus un atout communicationnel pour le projet.

#### Dérouler le plan de communication

- Faire connaître l'avancement aux différentes cibles.
- Focaliser sur les impacts du projet, en valorisant les aspects positifs.
- Instrumenter le plan de communication.

#### Communiquer lors de la clôture du projet

- Faciliter l'appropriation du projet.
- Contribuer à amoindrir les difficultés inhérentes à la montée en puissance.
- Reconnaître ceux qui se sont investis.



| Dates          | Durée   | Lieux         | Inscription  |
|----------------|---------|---------------|--|
| Nous contacter | 2 jours | Intra / inter | <a href="mailto:contact@biosens.net">contact@biosens.net</a> |