



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 projet, responsables et managers de projet
Membres de Project Management Office
Responsables de service ayant à contribuer de manière significative à la communication sur les projets les concernant

Méthodes & Moyens :

Analyse et qualification du besoin

Analyse du besoin, définition des objectifs et de l'approche
Evaluation et entretiens individuels préalables.

Adaptation de la formation

adaptation systématique du programme au contexte de l'entreprise et des participants

1. 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.

2. 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.

3. 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.

4. 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.

5. 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	3 jours	Intra / inter	contact@biosens.net