Publics cibles, canaux et outils de communication

# Publics cibles

Le tableau ci-dessous permet de lister les publics cibles de communication, en les classant selon les catégories du canevas de gouvernance.

Il est parfaitement possible qu’un public cible se retrouve dans plusieurs catégories, avec une « casquette » différente. Dans ce cas, la description permettra de les différencier.

Il se peut aussi qu’une catégorie ne comporte aucun public cible avec qui communiquer.

Indiquez sous « Action » une ou plusieurs des lettres suivantes  **A**, **P**, **R** :

1. Informe **A**ctivement en envoyant de l’information, avec autorisation (p.ex. une newsletter, un mailing)
2. Met **P**assivement de l’information à disposition des publics cible (p.ex. un site Internet, une affiche)
3. **R**épond à une demande d’information provenant d’un public cible (p.ex. un rapport financier, un conseil)

| **Catégorie** | **Public cible** | **Description** | **Action** |
| --- | --- | --- | --- |
| **Bénéficiaires directs****(et usagers)** |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Clients****(payeurs)** |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Société****(et bénéficiairesindirects)** |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Staff****(équipe)** |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Bénévoles** |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Direction****(ou gestion)** |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Comité****(ou conseil)** |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Membres****(ou coopérateurs ou associés)** |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Bailleurs de fonds****(financeurs)** |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Fournisseurs****(privilégiés)** |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Partenaires****(et alliés)** |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Prescripteurs** |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Créateurs d’opinion** |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Médias traditionnels****(presse)** |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Médias WEB****(et réseaux sociaux)** |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Monde politique** |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Secteur public** |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Concurrents** |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **Autres** |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

*\* Pour insérer de nouvelles lignes dans un des blocs, cliquez avec le bouton de droite de la souris dans une des cellules de la colonne « Public cible », dans le bloc concerné et utilisez la commande « Insérez des lignes au-dessus » ou « Insérez des lignes en dessous » (choisissez de préférence sur une des lignes au milieu du bloc).*

# Canaux de communication

Validez et complétez le tableau ci-dessous des canaux ou médias de communication, c’est-à-dire les voies par lesquelles vos outils ou supports de communication véhiculeront vos messages.

Justifiez aussi le choix de ces canaux pour atteindre vos publics cibles, dans une vision globale.

| **Catégorie** | **Canal** | **Justification** | **✓** |
| --- | --- | --- | --- |
| **Médiastraditionnels** | Presse écrite*(journaux, magazines, revues…)* |  | 🞏 |
| Radio *(émissions, espaces pub…)* |  | 🞏 |
| Télévision *(émissions, espaces pub…)* |  | 🞏 |
| Cinéma *(espace pub…)* |  | 🞏 |
| Affichage |  | 🞏 |
| Autre… |  | 🞏 |
| **Médias WEB** | Presse en ligne *(magazines, revues…)* |  | 🞏 |
| Publicité en ligne *(Google adwords, sites…)* |  | 🞏 |
| Plateformes communautaires *(Réseaux, blogs, groupes, forums…)* |  | 🞏 |
| Autre… |  | 🞏 |
| **Hors médiastraditionnel**  | Evènements traditionnels *(stands, salons, conférences…)* |  | 🞏 |
| Evènements alternatifs*(formation, street marketing…)* |  | 🞏 |
| Relations publiques*(lobby, négociation…)* |  | 🞏 |
| Courrier postal*(ciblé, tout-ménage…)* |  | 🞏 |
| Contact direct*(téléphone, réunion, promotion…)* |  | 🞏 |
| Autre… |  | 🞏 |
| **Hors médias WEB** | Plateformes individuelles*(site Internet, Intranet…)* |  | 🞏 |
| Communication asynchrone*(mailing, newsletter…)* |  | 🞏 |
| Communication synchrone*(chat, visio conférence…)* |  | 🞏 |
| Applications mobiles |  | 🞏 |
| Autres |  | 🞏 |

*\* Utilisez les lignes « Autre » pour un nouveau canal ne faisant pas partie de cette liste.*

*\*\* Pour insérer de nouvelles lignes dans un des blocs, cliquez avec le bouton de droite de la souris dans une des cellules de la colonne « Canal », dans le bloc concerné et utilisez la commande « Insérez des lignes au-dessus » ou « Insérez des lignes en dessous » (choisissez de préférence sur une des lignes au milieu du bloc).*

# Canaux de communications utilisés pour les publics cibles

| Canaux de communicationPublics cibles | **Presse écrite** | **Radio**  | **Télévision** | **Cinéma** | **Affichage** | **Presse en ligne** | **Publicité en ligne**  | **Plateformes communautaires** | **Evènements traditionnels** | **Evènements alternatifs** | **Relations publiques** | **Courrier postal** | **Contact direct** | **Plateformes individuelles** | **Communication asynchrone** | **Communication synchrone** | **Applications mobiles** | **Autres** | **Autres** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

*\* Grisez les colonnes des canaux qui ne seront pas utilisés et reportez les publics cibles du premier tableau. Marquez ensuite quels canaux seront utilisés pour chaque public cible.*

# Outils / supports de communications utilisés dans les canaux de communication

| Canaux de communicationOutils / supports de communication | **Presse écrite** | **Radio**  | **Télévision** | **Cinéma** | **Affichage** | **Presse en ligne** | **Publicité en ligne**  | **Plateformes communautaires** | **Evènements traditionnels** | **Evènements alternatifs** | **Relations publiques** | **Courrier postal** | **Contact direct** | **Plateformes individuelles** | **Communication asynchrone** | **Communication synchrone** | **Applications mobiles** | **Autres** | **Autres** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. Annonces
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Articles
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Interviews
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Débats
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Affiches
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Référencement
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Groupes de discussion
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Forums
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Billets de blog
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Micro-blogging
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Vidéos partagées
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Images partagées
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Diaporamas partagés
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Documents partagés
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Stands promotionnels
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. PLV - Publicité/lieu vente
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Présentations
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Conférences
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Cours
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Ateliers
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Evènements participatifs
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Street marketing
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Communiqués de presse
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Carte de visite
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Flyer
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Dépliant
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Brochure
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Appels téléphoniques
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. SMS
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Réunions
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Discussions ouvertes
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Pages web
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Mails Newsletters Forum
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Visio conférence
 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

*\* Grisez ou supprimez les colonnes des canaux qui ne seront pas utilisés et supprimez les lignes des outils / supports de communication non retenus. Marquez ensuite quels supports / outils seront utilisés pour chaque canal de communication.*