

LE PLAN DE COMMUNICATION



Contexte

La communication en bibliothèque n'est pas une nouveauté ; un certain nombre d'ouvrages et d'articles sont parus sur cette question pour aider les collègues à mener leurs projets. Les services communication se développent, des élèves de l'enssib y consacrent des mémoires, les organismes de formation proposent des stages, l'ABF lui consacre son congrès en 2011.

Définition

Le plan de communication, un outil essentiel pour faire une bonne communication, permet de définir et de piloter la stratégie de communication. Il permet un gain de temps dans la gestion de la communication, une meilleure efficacité dans le choix des outils et la rédaction des contenus.

Son élaboration repose sur une analyse des enjeux de la communication au regard de la bibliothèque.

Un plan de communication peut avoir plusieurs objectifs de communication :

- Valoriser l'image de sa bibliothèque.
- Attirer de nouvelles cibles.
- Fidéliser les usagers.
- Optimiser la stratégie de communication.

Méthodologie

Le plan de communication comporte trois parties :

1. L'étude du contexte et l'analyse du système de communication (émetteurs, relais, cibles)

Les premières données concerneront les missions et objectifs de la bibliothèque. Les entretiens avec la direction et avec les responsables du service en question vous apporteront les informations nécessaires. Le public sera la cible suivante

de ce recueil de données pour lequel on peut s'appuyer sur des enquêtes déjà réalisées ou en lancer de nouvelles. Troisième étape, on s'intéressera aux ressources disponibles : planning et calendrier, ressources matérielles, financières et humaines. Enfin, dernier point, on devra faire un audit des outils de communication déjà utilisés et de leurs résultats.

2. La stratégie (les axes et les objectifs visés)

- Les messages élaborés pour promouvoir les différents objectifs de la bibliothèque vont être distincts les uns des autres
- L'objectif de communication se décline en trois axes : la notoriété (faire connaître la bibliothèque), l'image (faire apprécier la bibliothèque) et l'attractivité (susciter une action du public).
- Définir des indicateurs d'évaluation : le sondage, les enquêtes qualitatives, les indicateurs opérationnels et la veille stratégique.

3. Les modalités de l'action

L'action doit être à l'exact croisement entre l'objectif, le public-cible, les ressources et les outils, diffusion comprise. Plusieurs actions peuvent être nécessaires pour atteindre un seul et même objectif (affiche, flyer, réseaux sociaux, presse, site Internet, e-mailing, newsletter...).

4. La validation

Le plan de communication doit bien entendu être validé par votre direction, voire par la tutelle.

Exemple de plan de communication

	Modèle	Exemple
Pourquoi ?	Quel est votre objectif stratégique ?	Valoriser la programmation culturelle
	Quel est votre objectif de communication ?	Image : bibliothèque proche de son public avec des propositions culturelles de qualité
Quoi ?	Quel sera votre message ? (Contenu, identité, style...)	Le message doit être mémorisable
	Quel média ?	Un texte explicatif clair avec un visuel accrocheur

Qui ?	Quel est votre public-cible ?	Tous les publics
	Quels acteurs ?	En liaison avec la responsable de la bibliothèque et/ou avec l'aide du service communication de la mairie pour réaliser les supports de communication
Où ?	Quels outils de diffusion ?	Le site Web, le blog, message rediffusé ensuite via les réseaux sociaux de la bibliothèque Des affiches (couleur, A3) à diffuser dans l'espace de la bibliothèque
Quand ?	Quelle récurrence ?	Une campagne annuelle
	Quel calendrier ?	Prévoir le lancement de la campagne en début d'année
Combien ?	Ressources humaines ? (Quantité, temps, besoin de formations)	Temps pour la rédaction et pour la prise de photographie, temps pour dépôt sur site Web et blog, temps pour travailler avec la tutelle sur la réalisation de l'affiche. Se former sur Canva, outil de création
	Ressources matérielles ?	Utilisation de l'appareil photo et impressions en interne des affiches donc : imprimante couleur A3
	Coût de la réalisation / coût de la diffusion ?	Pas de coût pour la photo et réalisation de l'affiche si tout est fait en interne, mais coût encre et papier pour le tirage
Évaluation ?	Quels sont les indicateurs pertinents ?	Statistiques de participants
	Quels sont les résultats attendus ?	Taux de participation, retours des usagers
	Quelles sont les comparaisons possibles ?	On comparera avec les statistiques de l'année précédente