



Communiquer en mode projet



Synthèse de cours

Synthèse de cours

Page 3



Chapitre 1 Communiquer en mode projet?

- ▼ Ne pas confondre projet et opération.
- ▼ Un projet se fait toujours en équipe avec des personnalités différentes.
- ▼ La réussite d'un projet dépend à 25 % de sa communication.

Synthèse de cours

Page 4



Chapitre 2 Définir la communication

- ▼ C'est un processus.
- ▼ L'émetteur du message et le récepteur n'ont pas les mêmes références et connaissances.
- ▼ Il existe une marge importante entre ce qu'on veut dire et ce qui est retenu puis répercuté.

Synthèse de cours

Page 5



Chapitre 3 Les différents types de communication

- ▼ Les 3 modalités de la communication en générale sont : verbale, para-verbale et non verbale.
- ▼ Il existe 3 types de communications dans les entreprises : communication/information, communication/marketing, communication en mode projet.
- ▼ La communication est dans le top 5 des soft skills que le chef de projet doit développer.

Synthèse de cours

Page 6



Chapitre 4 Les étapes du projet où communiquer

- ▼ Les étapes d'un projet ne correspondent pas aux étapes classiques de la communication interne/externe.
- ▼ A chaque étape, il y a des livrables différents à utiliser.
- ▼ Un support de communication transversal pour le suivi du projet doit être construit et devenir la référence pour toute l'équipe, pour l'entreprise.

Synthèse de cours

Page 7



Chapitre 5 Pourquoi communiquer dans un projet?

- ▼ Communication/Marketing ≠ Communication en mode projet.
- ▼ Partager les responsabilités.
- ▼ Une mauvaise communication impacte le temps de l'équipe projet et le chiffre d'affaires de l'organisation.

Synthèse de cours

Page 8



Chapitre 6 Les types de communication à éviter

- ▼ Les communications rouleau compresseur et grande messe ne fonctionnent pas en mode projet.
- ▼ La communication avec l'ensemble de l'équipe projet doit être courte et régulière.
- ▼ Il s'agit de faire adhérer puis de garder la motivation de l'équipe tout au long du projet.

Synthèse de cours

Page 9



Chapitre 7 10 réflexes pour bien communiquer

- ▼ La communication en mode projet n'est pas de la communication de crise.
- ▼ Définir son objectif de communication à chaque réunion ou envoi de messages
 - ▶ Objectif(s) officiel(s)
 - ▶ Objectif(s) caché(s)

Synthèse de cours

Page 10



Chapitre 8 La proposition de valeur

- ▼ Définir le profil type de votre client/usager
- ▼ Créer une proposition de valeur basée sur leurs demandes/attentes/besoins
- ▼ Identifier les 3 types de gains possibles
 - ▶ Fonctionnel
 - ▶ Social
 - ▶ Emotionnel

Synthèse de cours

Page 11



Chapitre 9 Elaborer son plan de communication

- ▼ **Construire des stratégies et des plans de communication efficaces**
- ▼ Dans une logique projet omnicanale
 - assurer le succès de son projet



Chapitre 10 Construire ses objectifs

- ▼ Ils sont relatifs aux types de réponse que le chef de projet attend de la cible visée.
- ▶ **cognitive** : relative à la connaissance,
- ▶ **affective** : relative au sentiment et aux perceptions du produit
- ▶ **comportementale** : relative à l'action à mettre en œuvre.



Chapitre 11 Identifier vos cibles

▼ Dans le cadre d'un **projet d'entreprise** :

- ▶ Distinguer les décideurs et les influenceurs
- ▶ Acteurs clés pour un déploiement réussi : les managers, les administrateurs, les partenaires commerciaux, le réseau de distribution, ...

Synthèse de cours

Page 14



Chapitre 12 Créer des personas

- ▼ La notion de PERSONA vient du marketing.
- ▼ Le portrait robot du client/usager est très détaillé.
- ▼ Il est important d'avoir une étude comportementale précise.
- ▼ Savoir où il va chercher l'information pour communiquer au bon endroit.

Synthèse de cours

Page 15



Chapitre 13 Présenter son plan de communication

- ▼ Utiliser au maximum des documents synthétiques visuels.
- ▼ Utiliser le mind mapping
- ▼ Communiquer régulièrement
- ▼ Communiquer différemment selon les métiers du projet en dehors de la présentation générale du plan de communication

Synthèse de cours

Page 16

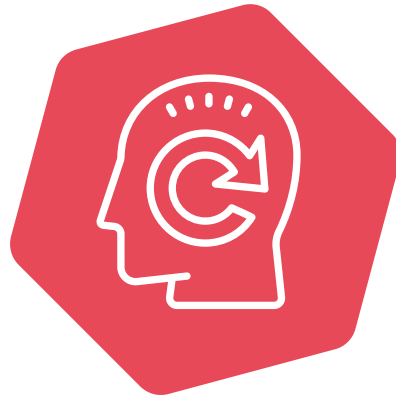


Chapitre 14 Développer sa communication à chaque étape du projet

- ▼ Développer ses compétences relationnelles exige une **flexibilité de pensée**.
- ▼ Apprendre à **se manager soi-même** avant de manager les autres et de communiquer en mode projet devient incontournable en 2020.

Synthèse de cours

Page 17



Chapitre 15 Bien se connaître et comprendre l'autre

- ▼ Se connaître en situation normale
- ▼ Se connaître en situation sous stress
- ▼ Comprendre l'autre en situation normale
- ▼ L'accueillir autrement en situation de stress
- ▼ Considérer la situation, le contexte

Synthèse de cours

Page 18



Chapitre 16 Motiver les équipes

- ▼ Une **motivation renforcée** pour le sens donner au projet.
- ▼ Une implication quand on sait quel rôle on attend de nous.
- ▼ Une communication transversale dans un rapport
 - ▶ Gagnant/gagnant
 - ▶ Non hiérarchique

Synthèse de cours

Page 19



Chapitre 17 Identifier les différents supports de sa communication

- ▼ Les supports de communication étant des vecteurs destinés à véhiculer des messages, ils sont complémentaires des canaux.
- ▼ Il ne faut pourtant pas confondre les supports de la communication « classique » avec les supports de communication en mode projet plus proches de la logique de management visuel.

Synthèse de cours

Page 20



Chapitre 18 Utiliser les outils d'une communication efficiente

- ▼ Stand up meeting
- ▼ Visio-conférence
- ▼ Des outils de gestion de projet digitaux pour création, suivi ou échange de fichiers entre métiers
- ▼ La Road Map

Synthèse de cours

Page 21



Chapitre 19 Organiser et animer les réunions projet

- ▼ Temps idéal pour une réunion efficace : 45 minutes
- ▼ Bien préparer ses réunions selon leur modalité et leur type
- ▼ Faire un ordre du jour, le partager avant, le rappeler pendant et l'utiliser pour recadrer



Chapitre 20 Utiliser les outils d'une communication efficiente

- ▼ Le terme de prise de brief désigne le moment et la procédure par lesquels le chef de projet va prendre connaissance et s'approprier le brief présenté par son commanditaire.
- ▼ La notion de prise de brief sous-entend généralement l'existence d'un contact direct, le plus souvent en face à face, avec le commanditaire.

Synthèse de cours

Page 23



Chapitre 21 Kick off projet

- ▼ La clé de succès : une préparation minutieuse
- ▼ Rassembler l'intégralité des métiers qui constitueront l'équipe projet
- ▼ Donner la parole aux différents métiers pour anticiper les points bloquants
- ▼ Permet de construire et/ou revoir le planning de réalisation du projet

Synthèse de cours

Page 24

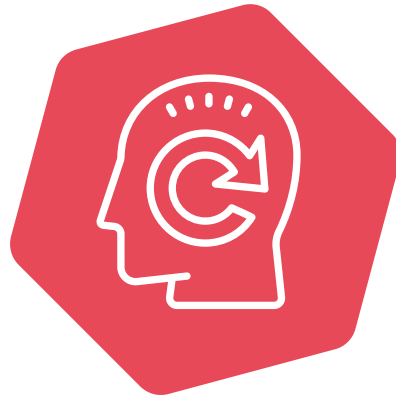


Chapitre 22 Les revues de projet

- ▼ C'est un moment important où le chef de projet doit faire preuve de concision.
- ▼ Une des clés de réussite reste la préparation de cette revue de projet.

Synthèse de cours

Page 25



Chapitre 23 Les résolutions de problème

- ▼ 3 outils phares pour solutionner les points bloquants :
 - ▶ QQOQCP
 - ▶ Les 5 pourquoi
 - ▶ Le A3 résolution de problème

Synthèse de cours

Page 26



Chapitre 24 Les bilans de projet

- ▼ Le document de clôture permet d'optimiser sa communication projet et sa gestion des futurs projets digitaux.
- ▼ Il est court.
- ▼ Réalisé entre 1 et 3 mois après la mise en ligne selon le type de projet.

Synthèse de cours

Page 27



Chapitre 25 Le choix des indicateurs clefs à communiquer

- ▼ La communication en mode projet
 - Communiquer la bonne information,
 - à la bonne personne,
 - au bon moment,
 - dans le bon format,
 - avec le bon support.