



## Communication politique : quelles stratégies, quels outils ?

► **Vincent NOLOT**, Formateur, Vice-Président, Union nationale des professionnels de la communication publique

### OBJECTIFS DE LA FORMATION

Cette journée doit permettre aux élus, notamment ceux récemment investis d'un mandat électif, d'acquérir une méthodologie globale de communication.

**DURÉE** 1 journée

**DATE(S)** 20 octobre • 17 novembre

**PROFIL DES PARTICIPANTS** Élus territoriaux

**EFFECTIF** 8 participants

### CONTENU PÉDAGOGIQUE

- **Différencier information et communication : quels sont vos objectifs ?**
  - expliquer, conseiller
  - convaincre
  - valoriser ses actions et projets
  - valoriser son image
  - valoriser sa collectivité
- **Quels supports et quels rythmes pour votre communication de terrain ?**
  - les supports imprimés
  - internet – le cas des *blogs*
  - évènementiels - Gérer ses électeurs et ses militants, « créer la surprise », constituer et mettre à jour ses fichiers...
- **Élaborer le plan de communication**
  - analyser l'existant pour élaborer la stratégie de communication
  - définir ses objectifs
  - recenser et hiérarchiser les publics cibles
  - les différents types d'actions possibles
  - éléments de budgets à prévoir
- **Étude de cas : le *Journal de l'élu***
  - avantages et inconvénients de la *Lettre*, du *Journal*
  - les critères pour bien choisir son équipe (graphiste, imprimeur...)
  - rédaction : les règles de base à respecter
  - production de contenus écrits et visuels
  - les coûts (fourchettes indicatives)
  - les sources de financements : le cas du recours à la régie et à la publicité
  - quelle diffusion privilégier, et comment ?
- **Conclusion et évaluation de la formation**

► Méthodologie : *exposés, analyse de documents et projets de communication du participant*

► Matériel pédagogique : *support pédagogique du formateur*