



## Communication politique : quelles stratégies, quels outils ?

► **Vincent NOLOT**, Formateur, 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)** 2 avril • 7 juin

**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*