

Quelle communication pour accompagner un projet



Problématique

La mise en œuvre d'un projet répond à un enjeu d'adaptation d'envergure variable. Quel qu'il soit, un projet suscite de classiques réactions de résistance propres à tout changement. D'abord, parce qu'il est rare qu'un projet ne fasse que des gagnants ; certains n'auront pas d'intérêt objectif à son succès. Ensuite parce que la complexité des organisations - renforcée par les incertitudes que soulève le projet - vont rendre ce dernier difficilement compréhensible par le plus grand nombre. La mission assignée à la communication va être de faciliter l'atteinte du résultat en mobilisant les énergies autour du projet. Comment y parvenir ?

Notre approche

« Le débat précède l'action » disaient les Athéniens. En effet, l'appel à l'intelligence collective nécessite que les acteurs concernés puissent à la fois s'exprimer et entendre les points de vue des autres ; grâce à l'échange chacun est invité à « compter » dans le jeu menant à l'aboutissement du projet.

Notre approche consistera, pour un premier temps, à favoriser la confrontation des idées. La fourniture d'informations éclairant les raisons du changement servira de base à cet échange, complétée par des occasions de rencontre (formation, sensibilisation, réunion-débat, etc.) vécues comme des « moments » d'élaboration collective...

Par ailleurs, la recherche d'alliés partageant des intérêts communs favorisera la création d'une dynamique de relais, chacun d'entre eux se faisant porteur du projet. C'est en leur fournissant les aides nécessaires à la bonne argumentation qu'ils s'engageront effectivement vers sa réussite...

Enfin, un balisage du projet renforcera son avancement à intervalle régulier en le faisant vivre et en matérialisant son existence.



Notre offre

► Établir la liste des éléments clés du projet en matière de communication

Missions :

- Préciser l'enjeu du projet
- Apprécier la portée du changement
- Déterminer les points qui suscitent craintes et/ou interrogations auprès des acteurs
- Repérer les relais crédibles prêts à défendre le projet

► Fournir les informations qui motivent le changement

Missions :

- Recueillir les informations qui « font sens » relatives à l'environnement du projet
- Les mettre en forme (visuelle, graphique, scénique) de manière compréhensible par le(s) public(s) visé(s)

► Vivre un temps fort

Missions :

- Faire d'une rencontre entre acteurs qui ne connaissent pas (ou croient se connaître) un moment de dialogue productif
- Générer entre eux suffisamment de confiance pour faciliter l'ajustement mutuel et la coopération qui seront nécessaires

Pour cela,

- Préparer et animer ce temps fort
- Favoriser les suites à donner par la production d'une synthèse

► Soutenir les relais

Mission :

- Leur fournir les moyens de promouvoir efficacement le projet : argumentaires, réponse aux objections, documents de présentation, numéro vert...

► Baliser l'avancement du projet

Mission :

- Fournir les repères qui permettent de mesurer le chemin parcouru et de s'attaquer à la prochaine étape sans perdre de vue l'objectif visé. Réalisation de supports régulièrement actualisés

Quelle communication pour accompagner un projet



Conseils

► *Aller au bon rythme, ne pas brûler les étapes*

Un planning prévisionnel peut avoir été conçu de façon optimiste (ou pessimiste), des impondérables peuvent survenir. Il faut savoir s'adapter aux contingences mais aussi ne pas supprimer des temps de réflexion, des « phases de digestion » qui pourraient s'avérer superflus. *Chi va piano...*

► *Ne pas cacher la vérité*

Un projet « qui patine », ça n'est pas l'exception. Il faut savoir dire ce que tout le monde pressent pour repartir d'un bon pied. Préserver la confiance doit être une préoccupation de tous les instants.

► *Savoir faire la fête pour marquer les succès d'étape*

Un projet est une œuvre collective. Associer l'ensemble des acteurs aux succès d'étape et une façon de montrer l'estime que l'entreprise apporte à ses acteurs ; c'est aussi une occasion privilégiée de rencontre et une façon, pour chacun, de prendre conscience du concours des autres.



5, rue des Immeubles
Industriels
75011 PARIS
Tél. : 01 42 40 23 00
contact@aconseil.fr
www.aconseil.fr