

PLAN DE COMMUNICATION TRIMESTRIEL - ÉCHÉANCIER *se référer au rétroplanning des actions pour la visualisation des semaines

Action	Personne responsable	Date de début	Date de fin	Réurrence
Réunion de lancement de définition des webinars et leurs plans (date, heure, sujet, animateurs, objectif)	Marketing Officer / Responsable Marketing	Semaine 1 / 7	Semaine 1 / 7	Mensuel
Réunion de lancement avec les intervenants dédiés à chaque webinar (point d'informations)	Marketing Officer / Responsable Marketing	Semaine 1 / 7	Semaine 1 / 7	Mensuel
Contacts d'éventuels partenaires	Marketing Officer	Semaine 1 / 7	Semaine 1 / 7	Mensuel
Réunion de définition du plan de promotion (communication web et interne)	Responsable Réseaux sociaux	Semaine 1 / 7	Semaine 1 / 7	Mensuel
Envoi des invitations à la base de données clients et prospects (paramétrage des outils Marketing et emailings)	Marketing Officer	Semaine 2 / 7	Semaine 2 / 7	Mensuel
Lancement de la promotion sur le blog et les réseaux sociaux (blog, LinkedIn et Twitter)	Responsable Réseaux sociaux	Semaine 2 / 7	Semaine 2 / 7	Hebdomadaire
Publication dans la newsletter (interne et externe)	Responsable Communication interne	Semaine 2 / 7	Semaine 2 / 7	Selon récurrence de la newsletter
E-blast (envoi d'une copie du même email à plusieurs personnes en même temps, comme pour les relances, par exemple)	Marketing Officer	Semaines 4 & 6 / 7	Semaines 4 & 6 / 7	Hebdomadaire

PLAN DE COMMUNICATION TRIMESTRIEL - CALENDRIER *se référer au rétroplanning des actions pour la visualisation des semaines

Actions	Description	Finalité	Date	Réurrence
Réunion de lancement de définition des webinars (date, heure, sujet, animateurs, objectif)	Réunit tous les membres de l'équipe ; examen du plan de communication et de l'échéancier des communications ; échanges sur les risques et les défis.	Assurer une compréhension commune des objectifs du projet ainsi que des rôles, des responsabilités et de l'échéancier.	Semaine 1 / 7	Mensuel
Réunion de lancement avec les intervenants dédiés à chaque webinar (point d'informations)	Réunit tous les membres de l'équipe et les intervenants commerciaux ; point d'informations sur la date, l'horaire, le thème, l'objectif ; brainstorming.	Créer et valider le plan des webinars avec les intervenants.	Semaine 1 / 7	Mensuel
Contacts d'éventuels partenaires	Dans le cas d'intervenants ou de prestataires extérieurs à la société.	Inclure toutes les parties prenantes à la création de la présentation du webinar ou à son bon déroulé.	Semaine 1 / 7	Mensuel
Réunion de définition du plan de promotion (communication web et interne)	Réunit les membres de l'équipe Social Media ; examen du plan de promotion interne et externe.	Assurer une communication interne et externe efficace et une compréhension des rôles de chacun.	Semaine 1 / 7	Mensuel
Envoi des invitations à la base de données clients et prospects (paramétrage des outils Marketing et emailings)	Utilisation des outils de Marketing Automation et d'emails dans le cadre de l'envoi des invitations aux clients et prospects.	Générer des inscriptions, participations puis leads.	Semaine 2 / 7	Mensuel
Lancement de la promotion sur le blog et les réseaux sociaux (blog, LinkedIn et Twitter)	Aux mains de l'équipe Social Media pour diffuser le webinar sur les plateformes LinkedIn, Twitter et blog.	Impacter un plus large public afin de générer des inscriptions, participations puis leads.	Semaine 2 / 7	Hebdomadaire
Publication dans la newsletter (interne et externe)	Aux mains de la communication interne pour informer les collaborateurs du webinar.	Permettre aux collaborateurs de participer au webinar, de le relayer auprès de leur clientèle, d'assurer une veille pour les collaborateurs.	Semaine 2 / 7	Selon récurrence de la newsletter
E-blast (envoi d'une copie du même email à plusieurs personnes en même temps, comme pour les relances, par exemple)	Relances des invitations auprès des clients et prospects n'ayant pas répondu.	Générer des inscriptions, participations puis leads.	Semaines 4 & 6 / 7	Hebdomadaire

PLAN DE COMMUNICATION TRIMESTRIEL - RESPONSABILITÉS P = Pilotage / R = Revue / S = Supervision

Actions	Marketing Officer	Responsable Réseaux Sociaux	Responsable Communication interne	Responsable Marketing
Réunion de lancement de définition des webinars (date, heure, sujet, animateurs, objectif)	P	/	/	S
Réunion de lancement avec les intervenants dédiés à chaque webinar (point d'informations)	P	/	/	S
Contacts d'éventuels partenaires	S / P	/	/	R
Réunion de définition du plan de promotion (communication web et interne)	P	S	/	R
Envoi des invitations à la base de données clients et prospects (paramétrage des outils Marketing et emailings)	S / P	/	/	/
Lancement de la promotion sur le blog et les réseaux sociaux (blog, LinkedIn et Twitter)	P	S	/	R
Publication dans la newsletter (interne et externe)	P	/	S	R
E-blast (envoi d'une copie du même email à plusieurs personnes en même temps, comme pour les relances, par exemple)	S / P	/	/	/