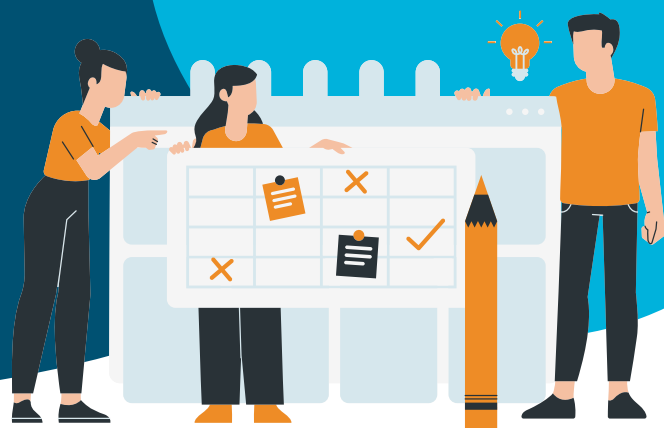


FICHE PRATIQUE

Comment élaborer un plan de communication simple et précis ?



Dans un environnement où la communication est primordiale, un plan de communication bien structuré devient un véritable levier stratégique pour les CPTS. Élaborer un plan de communication, c'est s'assurer que chaque message atteigne la bonne cible, au bon moment, avec les bons outils.

01 | Pourquoi élaborer un plan de communication ?



Optimiser son temps

Le plan permet d'anticiper les messages et les supports, pour ne plus avoir à improviser ou recréer des contenus en urgence.



Prioriser les actions à fort impact

Il aide à faire le tri entre ce qui est important, urgent, secondaire... et à concentrer les efforts là où la communication est la plus utile.



Planifier sereinement

Grâce à un calendrier de communication, vous visualisez les échéances clés à venir et les temps forts à ne pas manquer.



Structurer les messages

Vous définissez des messages clairs et cohérents, qui peuvent être réutilisés et déclinés sur différents supports sans se contredire.



Évaluer et ajuster facilement

Avec un plan, il est plus simple de mesurer l'impact des actions menées (participation, retours, visibilité) et d'ajuster si nécessaire.



Piloter la communication méthodiquement

Le plan devient une feuille de route : il permet de suivre l'avancement, de répartir les tâches, et d'assurer une continuité avec un prestataire externe.

02 | Les étapes clés pour élaborer simplement un plan de communication

Étape 1 : Définir les objectifs de communication



Questions à se poser :

- Que veut-on faire savoir, faire comprendre ou faire agir ?
- Quels projets ou actions doivent être communiqués aux membres, partenaires, public ?

Conseils pratiques :

- Formuler 2 à 4 objectifs concrets, par exemple :
 - 1- Faire connaître le projet de santé de la CPTS auprès des professionnels du territoire.
 - 2- Augmenter la participation aux groupes de travail.

Étape 2 : Identifier les cibles



Questions à se poser :

- À qui s'adresse-t-on ? (professionnels de santé, partenaires, élus, usagers, presse...)
- Quels sont leurs besoins, leurs habitudes de communication ?

Conseils pratiques :

- Hiérarchiser les cibles (prioritaires vs secondaires).
- Adapter le ton et le canal selon le public visé.

Étape 3 : Choisir les messages clés



Questions à se poser :

- Que doivent retenir les destinataires ?
- Quels messages simples et clairs seront repris dans chaque communication ?

Conseils pratiques :

- Limiter à quelques messages forts, faciles à relayer.
- Favoriser un langage accessible, surtout pour les publics non professionnels.

Étape 4 : Sélectionner les outils et supports



Exemples d'outils :

Newsletter, affiches, flyers, réunions, réseaux sociaux, site web, WhatsApp, Plexus etc.

Conseils pratiques :

- Utiliser des outils que vous maîtrisez déjà.
- Prévoir une régularité de publication (ex. : une newsletter mensuelle).
- Réutiliser les supports en les adaptant (ex. : un visuel pour les réseaux peut aussi servir dans une newsletter).

Étape 5 : Planifier dans le temps

Outil clé : Le calendrier de communication.



Conseils pratiques :

- Rattacher les actions de communication aux temps forts de la CPTS (AG, lancement de projet, nouveaux services...).
- Prévoir des rappels internes pour ne pas passer à côté des échéances.

Astuce : Utiliser un tableau simple (Excel, Google Sheets) avec colonnes : Date – Action – Cible – Message – Outil – Responsable.
Vous en trouverez un exemple en page 4.

Étape 6 : Évaluer et ajuster les actions



Pourquoi ?

- S'assurer que la communication a eu l'impact attendu.
- Améliorer les prochaines actions.

Indicateurs possibles :

- Taux d'ouverture d'une newsletter.
- Nombre de participants à un événement.
- Retours positifs ou demandes d'informations.

Étape 7 : Estimer les moyens et le budget



Questions à se poser :

- Y a-t-il des coûts liés à cette action (impression, prestataire, outil numérique) ?
- Avons-nous les moyens humains et financiers nécessaires ?

Conseils pratiques :

- Prévoyez une ligne budgétaire dédiée à la communication (même modeste).
- Identifiez les ressources existantes (personnes, outils mutualisables).

Étape 8 : Répartir les rôles et responsabilités



Questions à se poser :

- Qui fait quoi ?
- Qui valide, qui diffuse, qui suit les retours ?

Conseils pratiques :

- Attribuez chaque action à un responsable identifié.
- Centralisez la coordination pour assurer la cohérence d'ensemble.

03 | Quelques exemples d'outils utiles pour votre communication

Analyse CPTS en amont du plan de communication

Matrice SWOT : Analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces internes/externes

Speedboat : Métaphore d'un bateau freiné par des ancrs et poussé par des moteurs (facilitateurs/freins)

Carte d'empathie : Exploration de l'expérience de la cible (voir, entendre, penser, ressentir, etc.)

Envoi et suivi de newsletters

Brevo : Solution e-mailing, gestion des campagnes et gestion base de contacts 3 offres : de 0 € à 13.50 € /mois

Mailchimp : Plateforme de conception et envoi de newsletters 3 offres : de 0 € à 25 € /mois

Hubspot : Plateforme de conception et envoi de newsletters 3 offres : de 0 € à 9 € /mois

Mise en page / graphisme

Canva : Outil en ligne intuitif pour créer rapidement des visuels 3 offres : de 0 € à 14,99 € /mois

Suite Adobe : Suite professionnelle de référence, création graphique et édition 67,99 € /mois suite complète
Prix possible par logiciel

Suite Affinity Designer : Suite performante avec des outils comparables à Adobe Licence universelle 169,99 €
Prix possible par logiciel

Gestion des réseaux sociaux

Hootsuite : Regroupe la programmation, la création de contenu, l'analyse de 99 € /mois à 249 € /mois

Buffer : Plateforme pour planifier, publier et analyser des posts 3 offres : de 0\$ à 10\$ /mois

Canva pro : Outil visuel avec planificateur intégré pour créer et programmer des posts Canva pro : 11,99 € /mois

Suivi plan de communication

Google Sheets : Tableur en ligne simple, collaboratif, idéal pour structurer un plan Gratuit (avec google google)

Notion : Outil tout-en-un pour créer des plans visuels avec tableaux, calendrier etc de 0 € à 19,50 € /mois

Trello : Outil visuel de gestion de projet en tableau pour organiser un plan de com 4 offres : de 0 \$ à 17,50 \$ /mois

Exemples d'outils prêts à l'utilisation

L'URPS Médecins Libéraux Grand Est vous propose 3 tableaux de suivi simples et directement utilisables.

1- Un exemple de tableau d'élaboration et suivi d'un plan de communication

OBJECTIFS STRATÉGIQUES	OBJECTIFS OPÉRATIONNELS	CIBLES	ÉVÉNEMENTS DE LANGAGE	FORMATS	CANAL	TEMPÉRATURE	BUDGET	ÉVALUATION
1. Définir la stratégie de communication	1. Définir la stratégie de communication	1. Définir la stratégie de communication	1. Définir la stratégie de communication	1. Définir la stratégie de communication	1. Définir la stratégie de communication	1. Définir la stratégie de communication	1. Définir la stratégie de communication	1. Définir la stratégie de communication
2. Définir la stratégie de communication	2. Définir la stratégie de communication	2. Définir la stratégie de communication	2. Définir la stratégie de communication	2. Définir la stratégie de communication	2. Définir la stratégie de communication	2. Définir la stratégie de communication	2. Définir la stratégie de communication	2. Définir la stratégie de communication
3. Définir la stratégie de communication	3. Définir la stratégie de communication	3. Définir la stratégie de communication	3. Définir la stratégie de communication	3. Définir la stratégie de communication	3. Définir la stratégie de communication	3. Définir la stratégie de communication	3. Définir la stratégie de communication	3. Définir la stratégie de communication

2- Un exemple de rétro-planning annuel

	JANV	FÉV	MAR	AVR	MAI	JUN	JUL	AUG	SEPT	OCT	NOV	DÉC
1. Plan de communication												
2. Plan de communication												
3. Plan de communication												

3- Un exemple de planning éditorial mensuel des réseaux sociaux

	dimanche 27/12	lundi 28/12	mardi 29/12	mercredi 30/12	jeudi 31/12	vendredi 1/1	samedi 2/1	dimanche 3/1
1. Plan de communication								
2. Plan de communication								
3. Plan de communication								

A partir du lien google sheets ci-dessous, vous pouvez télécharger directement les tableaux en format XLSX : Fichier → Télécharger

Obtenir les fichiers



L'URPS Médecins Libéraux Grand Est reste à votre disposition pour toute question relative à cette thématique. N'hésitez pas à nous solliciter via l'adresse mail unique suivante :



service@cpts-grandest.fr

URPSML
Médecins Libéraux
GRAND EST