

1J

Elaborer son budget de communication**Maîtrisez les méthodes pour gérer au plus juste et traquer les coûts...**

Comme toute fonction de l'entreprise, la communication doit être gérée avec rigueur. C'est encore plus vrai en période économique difficile où les dirigeants attendent des hommes et des femmes de communication une productivité accrue. Ce stage a pour ambition de vous aider à élaborer votre budget communication : quel budget demander, comment le segmenter, quels choix faire, comment le justifier ?

1 J

< Les méthodes d'évaluation budgétaire >

- ▶ La méthode du ratio, du budget par objectifs, du budget par analyse de la concurrence, la méthode BBZ - Com globale.

< La méthodologie de l'élaboration budgétaire >

- ▶ La liste des «opérations» de communication, l'analyse de chaque opération, la définition des modes de communication (média, hors média), le rattachement analytique des prestations, la part des moyens internes/externes, le tableau de suivi budgétaire.

< La répartition par poste budgétaire >

- ▶ Les études, la communication interne, la communication de recrutement, médias, hors-médias, édition corporate, opérations spéciales, les budgets spécifiques.

< L'état des lieux des investissements de communication >

- ▶ Analyse des outils de communication en place mais aussi ceux des concurrents.

< L'arbitrage des moyens >

- ▶ Faire des choix stratégiques et économiques.

< La présentation du plan d'actions >

- ▶ Présentation des sous-ensembles, des actions, prévention des risques éventuels.

< La validation budgétaire >

- ▶ La prise en compte des contraintes de l'entreprise, la préparation en concertation avec la DAF, la présentation des budgets sous l'angle d'un investissement et non d'une charge, pas de budget = pas d'objectifs (quantifier les objectifs)...

< La consommation budgétaire >

- ▶ Les limites d'une gestion globale non segmentée et la pertinence de la gestion par poste, la demande d'engagement interne préalable, l'engagement externe.

< Le bilan budgétaire >

- ▶ Le reporting budgétaire et le bilan, les questions à se poser, les outils de suivi.

< L'optimisation budgétaire >

- ▶ Comment ? La politique achat, le contrôle et la maîtrise des budgets, l'optimisation financière, l'évaluation de la performance.

Pierre-Antoine RAGUENEAU
Directeur de la communication du
Conseil Général du Loiret.

< Les objectifs >

- ▶ Travailler avec un budget de communication défini.
- ▶ Proposer un plan de communication budgété.
- ▶ Savoir contrôler les coûts de communication.