

#H2020

L'importance des KPIs dans l'élaboration de son plan de communication et de diffusion



HORIZON 2020

L'importance des KPIs dans l'élaboration de son plan de communication et de diffusion



Partons d'un constat très simple : pour faire connaître son projet, communiquer est indispensable. Devant cette évidence, nous ne pouvons que prendre conscience de l'importance d'une stratégie de communication et de diffusion dans le processus de votre projet.

Lorsque l'on prépare une proposition de projet pour obtenir un financement, dans le cadre du programme H2020, le consortium doit rédiger un programme de travail comprenant différents lots de travail (workpackages). Ces livrables incluent une analyse des stakeholders, un plan de communication et de diffusion, ainsi qu'un plan d'exploitation. Ces 3 livrables sont essentiels pour la stratégie de communication et de commercialisation d'un projet et sont dépendants l'un de l'autre. L'analyse de stakeholders aide à mieux définir son plan de communication et de diffusion, qui s'il est bien établi, facilite la mise en place du plan d'exploitation.

Le plan de communication et de diffusion	4
Les objectifs.....	4
Les cibles	4
La communication.....	4
La diffusion.....	4
Pourquoi mesurer ses KPIs ?	4
Mesurer et améliorer ses performances.....	5
Affiner sa cible	5
Faciliter le plan d'exploitation.....	5
Quels KPIs choisir ?	5
Un KPI doit s'adapter à chaque typologie de projet.....	6
A chaque objectif, son KPI	6

Le plan de communication et de diffusion

Un plan de communication et de diffusion (PC&D) consiste à développer une stratégie afin de faire connaître les objectifs et les résultats d'un projet. Cette stratégie passe par l'identification des cibles de communication, la définition d'une ligne éditoriale et visuelle, d'un budget, ainsi que la mise en place de différentes actions qui permettraient d'accroître le succès du projet.

Les objectifs

L'une des premières actions à faire est de définir clairement les objectifs du PC&D. Il est important, avant même de penser aux actions à mettre en place, de savoir quels résultats ou impacts sont attendus.

Les cibles

L'autre étape importante dans un plan de communication et de diffusion est d'identifier la ou les cible(s) du projet. Cette étape permet d'adapter son message, sa ligne éditoriale puis de définir les objectifs et les canaux de communication les plus pertinents. Pour cela, il est essentiel de différencier la communication de la diffusion.

La communication

Un plan de communication se met en place dès le début du projet et a pour but d'en accroître sa visibilité. Sa cible est multiple et s'affine au fur et à mesure de l'avancement du projet.

La diffusion

Un plan de diffusion, qui fait partie intégrante de la communication, est centré sur le partage des résultats du projet. Sa mise en place se fait donc à un stade avancé dans le déroulement du projet et est ciblé sur les stakeholders identifiés lors de l'analyse faite au préalable, tel que défini dans le calendrier du projet.

	Communication	Diffusion
Période	Dès le début et tout au long du projet	Au stade avancé du projet
Cibles	Cibles multiples	Ciblé sur les stakeholders
Objectifs	<ul style="list-style-type: none">• Informer sur le projet• Accroître la visibilité et l'engagement autour du projet	<ul style="list-style-type: none">• Partager les résultats du projet

Un plan de communication et de diffusion garantit d'accroître les chances de succès. Cependant, afin d'en mesurer l'impact, il est indispensable de définir des KPIs.

Pourquoi mesurer ses KPIs ?

Un KPI ou Key Performance Indicator est un indicateur permettant de mesurer les performances d'une action. Cet indicateur dépend des objectifs préalablement définis.

Mesurer et améliorer ses performances

Dans le cadre d'un plan de communication et de diffusion, un KPI permet de mesurer les performances d'une action de communication. Une fois mesuré, cet indicateur permet d'analyser l'impact de cette action et de prendre les mesures nécessaires afin de l'améliorer.

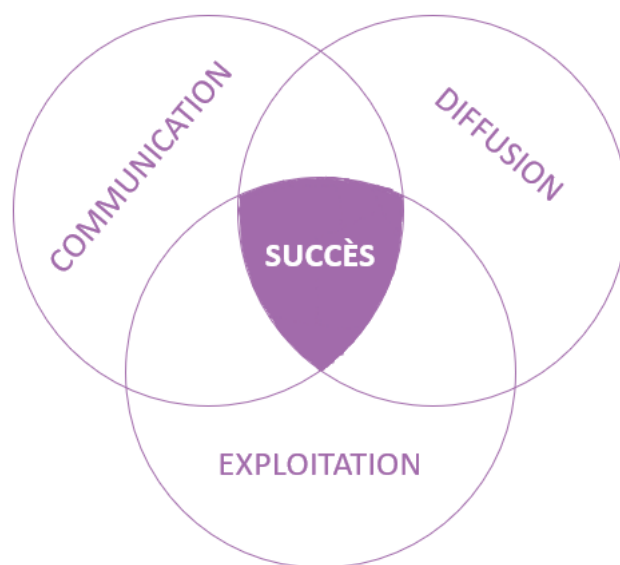
Affiner sa cible

Analyser les résultats de ses actions de communication a aussi pour objectif de pouvoir affiner, tout au long du projet, sa stratégie et ses cibles. Des résultats faibles permettent de repenser sa stratégie ou ses canaux de communication, tandis que des résultats en constante progression permettent d'adapter et renforcer sa stratégie.

Faciliter le plan d'exploitation

Analyser ses indicateurs de performance garanti donc le succès d'un plan de communication et de diffusion, et par conséquent, facilite le plan d'exploitation.

Le plan d'exploitation consiste à débiter la commercialisation d'un projet en contactant les stakeholders identifiés lors de l'analyse faite dans un précédent livrable. Or, avec des actions de communications réussies et une visibilité du projet optimale, il est plus facile de démarcher ces stakeholders.



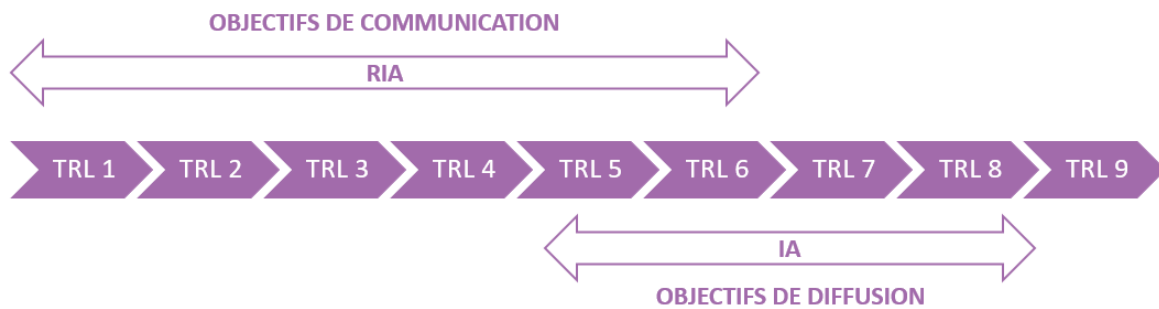
Quels KPIs choisir ?

Les précédents paragraphes expliquent l'importance de suivre et d'adapter ses actions de communication et de diffusion en fonction des résultats, tout au long du projet. Mais quels sont ces indicateurs ? Et comment les exploiter efficacement ?

Un KPI doit s'adapter à chaque typologie de projet

Les objectifs de communication ne seront pas les mêmes en fonction de la maturité technique du projet. Dans le cadre du programme européen H2020, on peut faire ressortir 2 typologies de projet :

- **RIA** : des projets axés R&D (TRL 1 à 6) avec des objectifs de communication
- **IA** : des projets axés innovation (TRL 5 à 8) avec des objectifs de diffusion



A chaque objectif, son KPI

L'identification d'un KPI dépend étroitement des objectifs préalablement définis dans le PC&D. Les KPIs les plus pertinents, selon les objectifs identifiés, sont présentés ci-dessous :

La notoriété

Les indicateurs de notoriété ont pour but de mesurer la portée des actions de communication :

- Le taux ou le nombre d'impressions
- Les mentions
- Le nombre de visites
- Le nombre de followers

L'engagement ou l'interaction

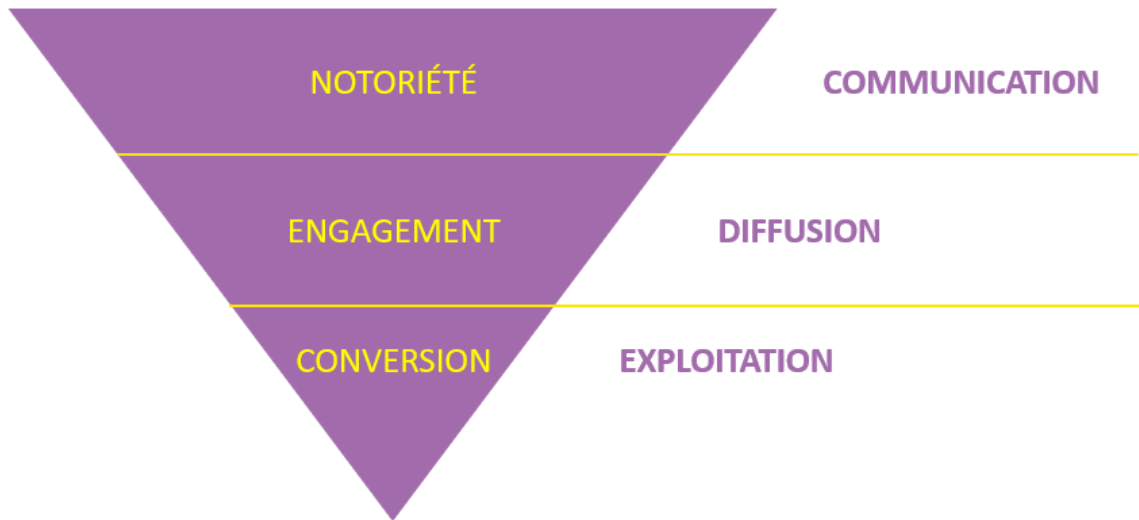
Les indicateurs liés au taux d'engagement ont pour but de mesurer le succès et l'intérêt des actions de communication :

- Le nombre de likes
- Le nombre de partages
- Le nombre de commentaires
- Taux de clics

La conversion

La conversion permet de mesurer l'efficacité d'une action de communication :

- Le nombre de leads



Nous pouvons en tirer des leçons : le secret d'un plan de communication et de diffusion réussi réside dans le suivi de ses indicateurs de performance. S'ils sont bien identifiés et analysés, ils garantissent une stratégie en constante croissance et adaptation. Les experts de PNO Consultants peuvent rédiger vos plans de communication et de diffusion et prendre en charge les actions de communication de votre projet. [N'hésitez pas à nous contacter !](#)