

Les Budgets de communication

Liste des fonctions externes

Les relations publiques

Les relations avec la presse

La liaison avec le marketing

La Publicité et la Communication Produit

La communication institutionnelle

La communication professionnelle

La communication financière

La communication de crise

Le mécénat

Le parrainage

La presse d 'entreprise (Print)

L 'édition multimédia

L 'édition hypermédia interactive

La communication événementielle

Les médiations extérieures

La constitution de réseaux d 'information multimodaux

La communication internationale

Liste des fonctions internes

Les relations humaines

La formation

La liaison avec le management et les RH

Le marketing interne et la prospective

La communication sociale

La communication de proximité et de réseau

La communication financière

La communication de crise

Le mécénat

Le parrainage

La négociation à l'externe

La presse d'entreprise (Print)

L'édition multimédia

L'édition hypermédia interactive

La communication événementielle

Les médiations extérieures

L'animation de réseaux d'information

La création et la gestion des groupes de pression

Liste des fonctions globales

Analyse stratégique - Positionnement

Analyse de l'identité - Valeurs

Analyse de l'image (voulue, perçue, vécue)

Analyse des enjeux - Contexte

Audit

Bilan social

Diagnostic de communication

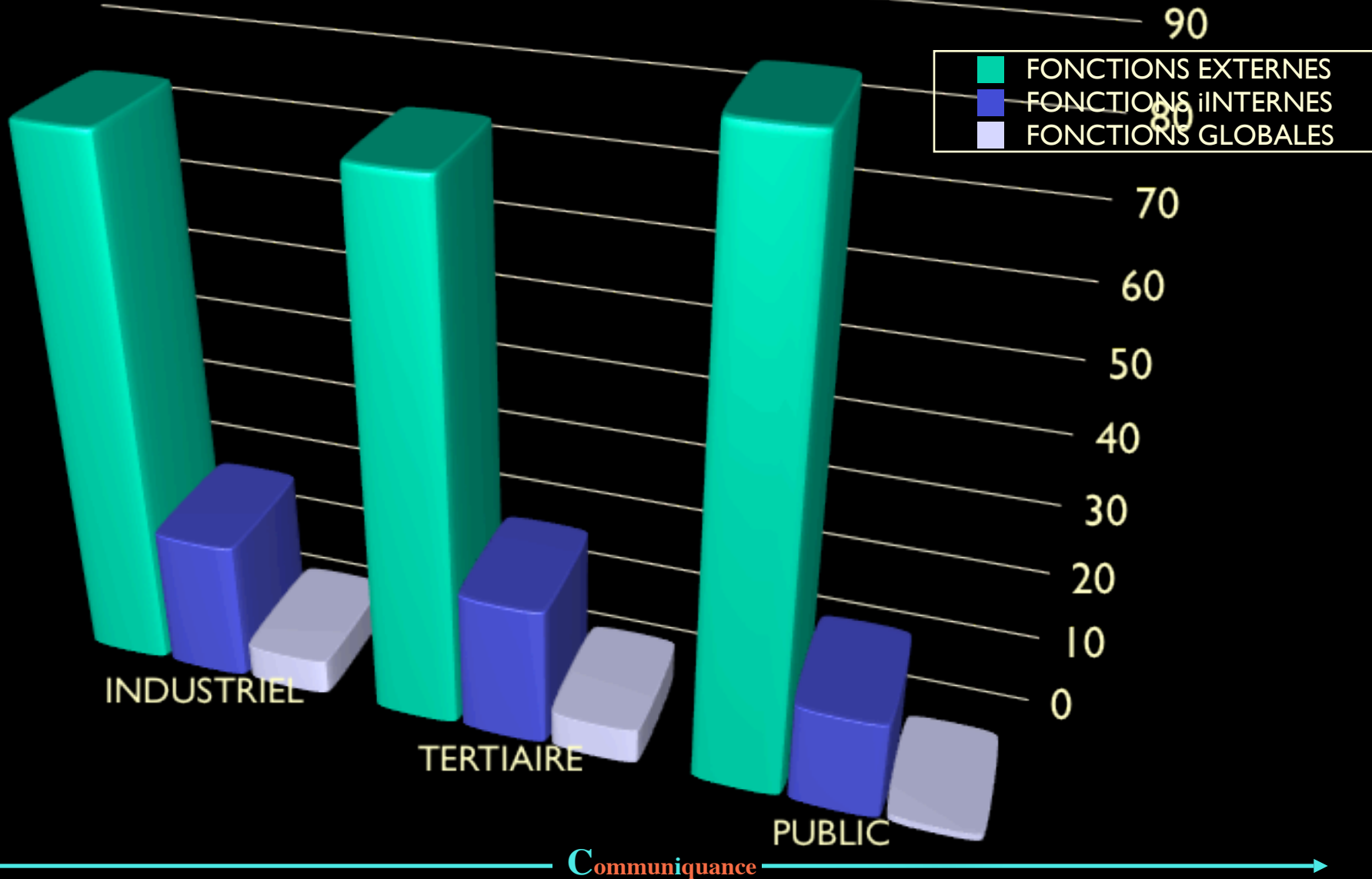
Recommandations stratégiques et globales

Conseil au Comité de direction

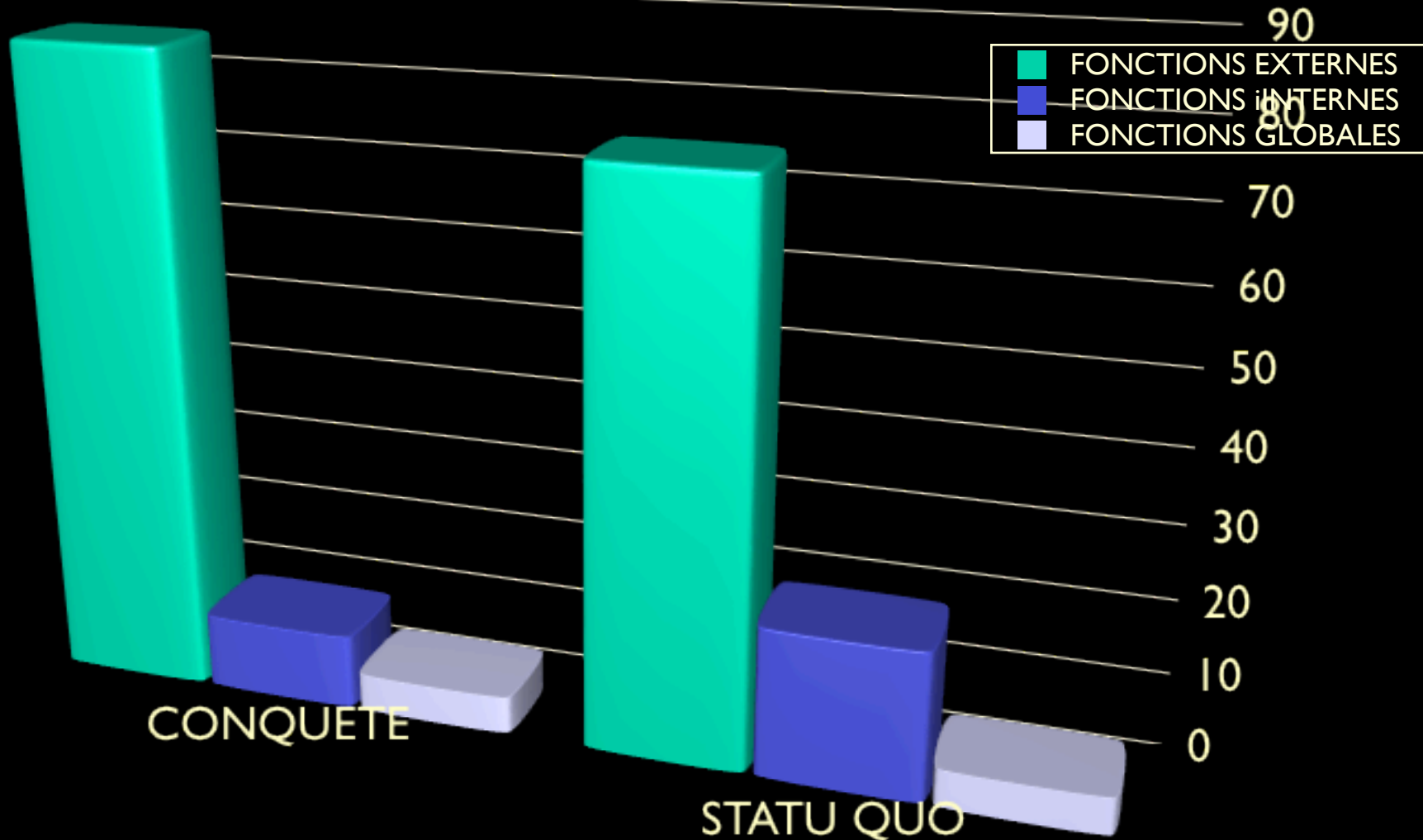
Coaching et Team-Building des dirigeants

Conseil interne - Soustraction interne

Répartition Externe/Interne



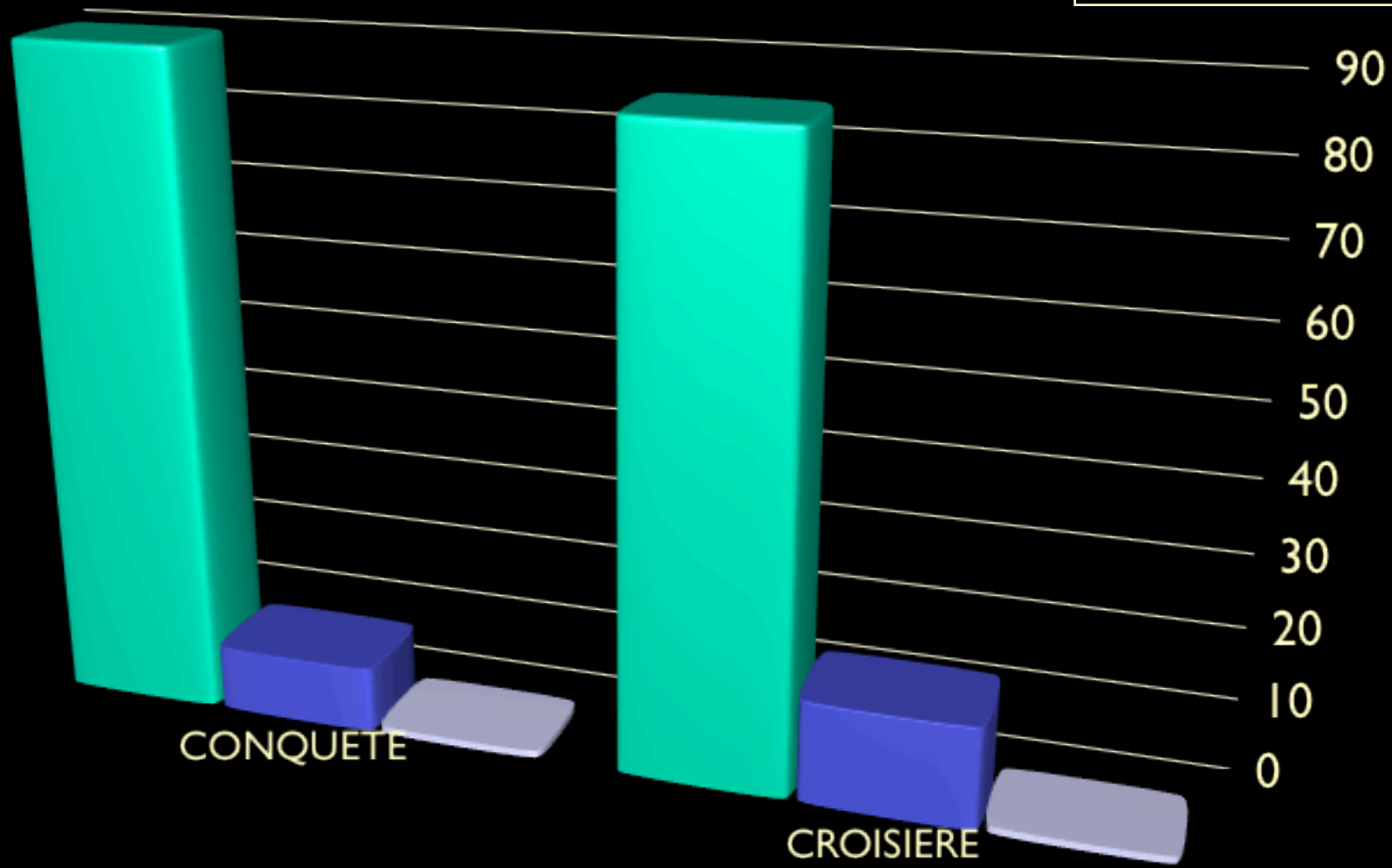
Evolution des budgets privés



← Communiquance →

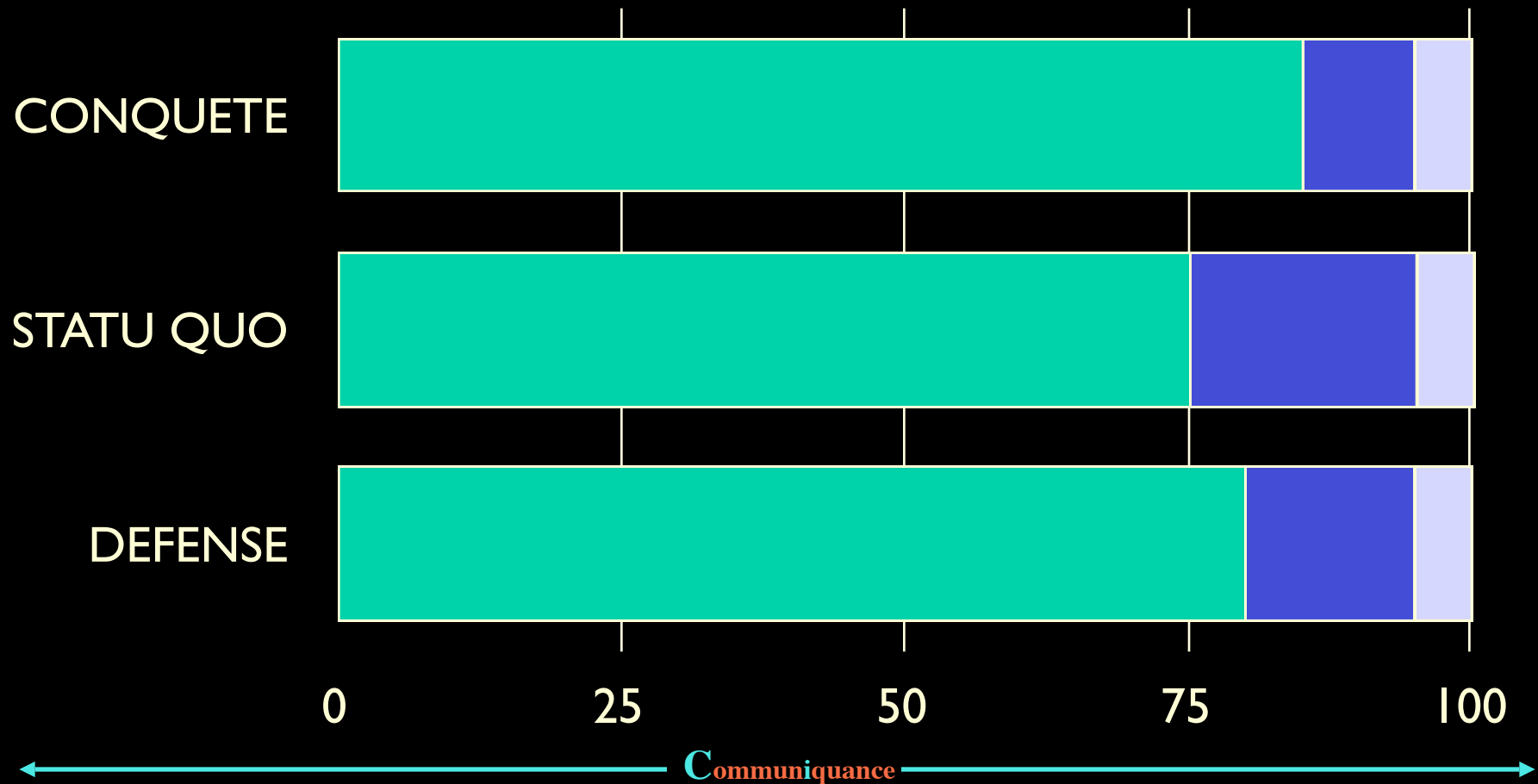
Evolution dans le secteur public

- FONCTIONS EXTERNES
- FONCTIONS INTERNES
- FONCTIONS GLOBALES

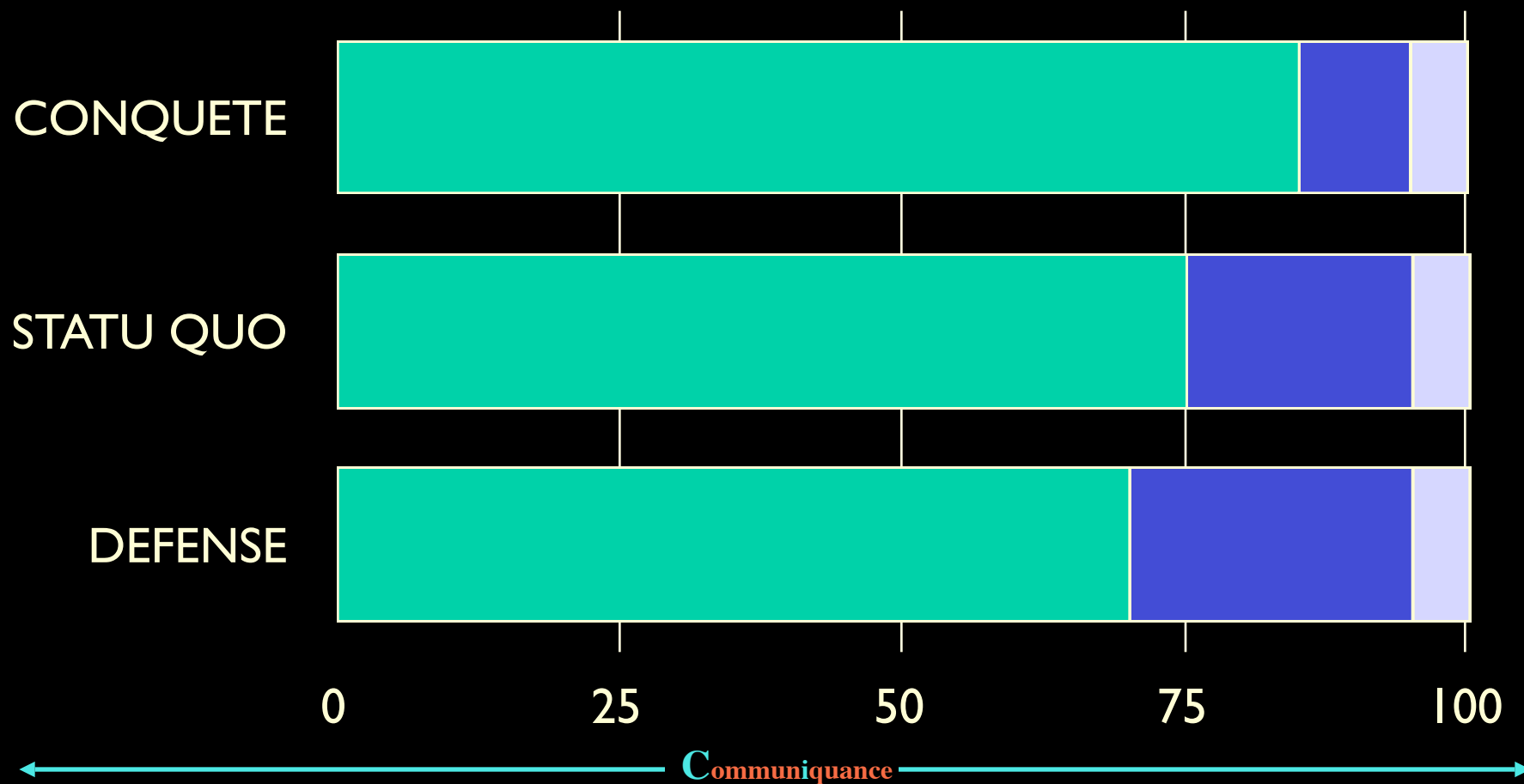


← Communiquance →

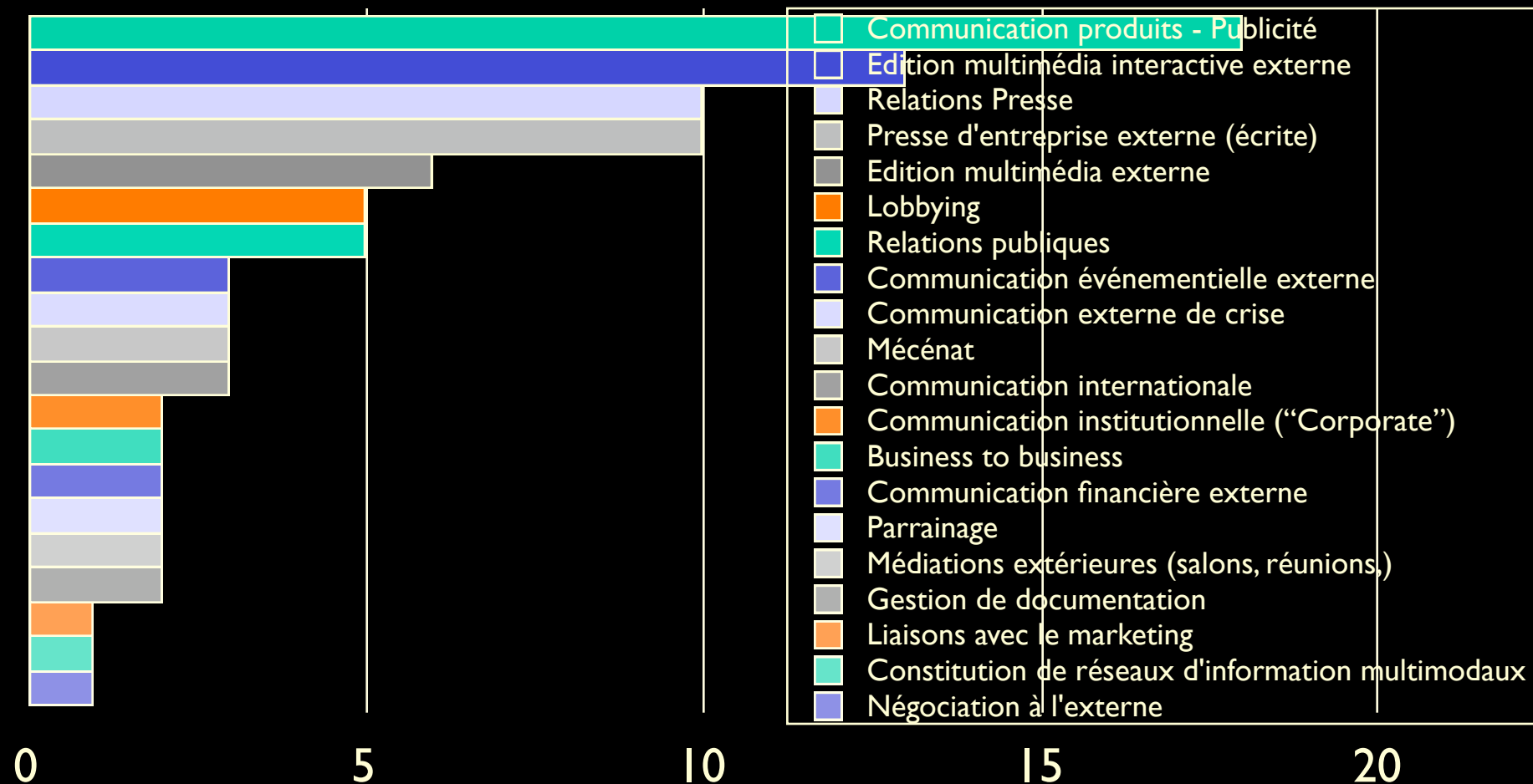
Evolutions dans le secteur industriel



Evolution dans le secteur tertiaire

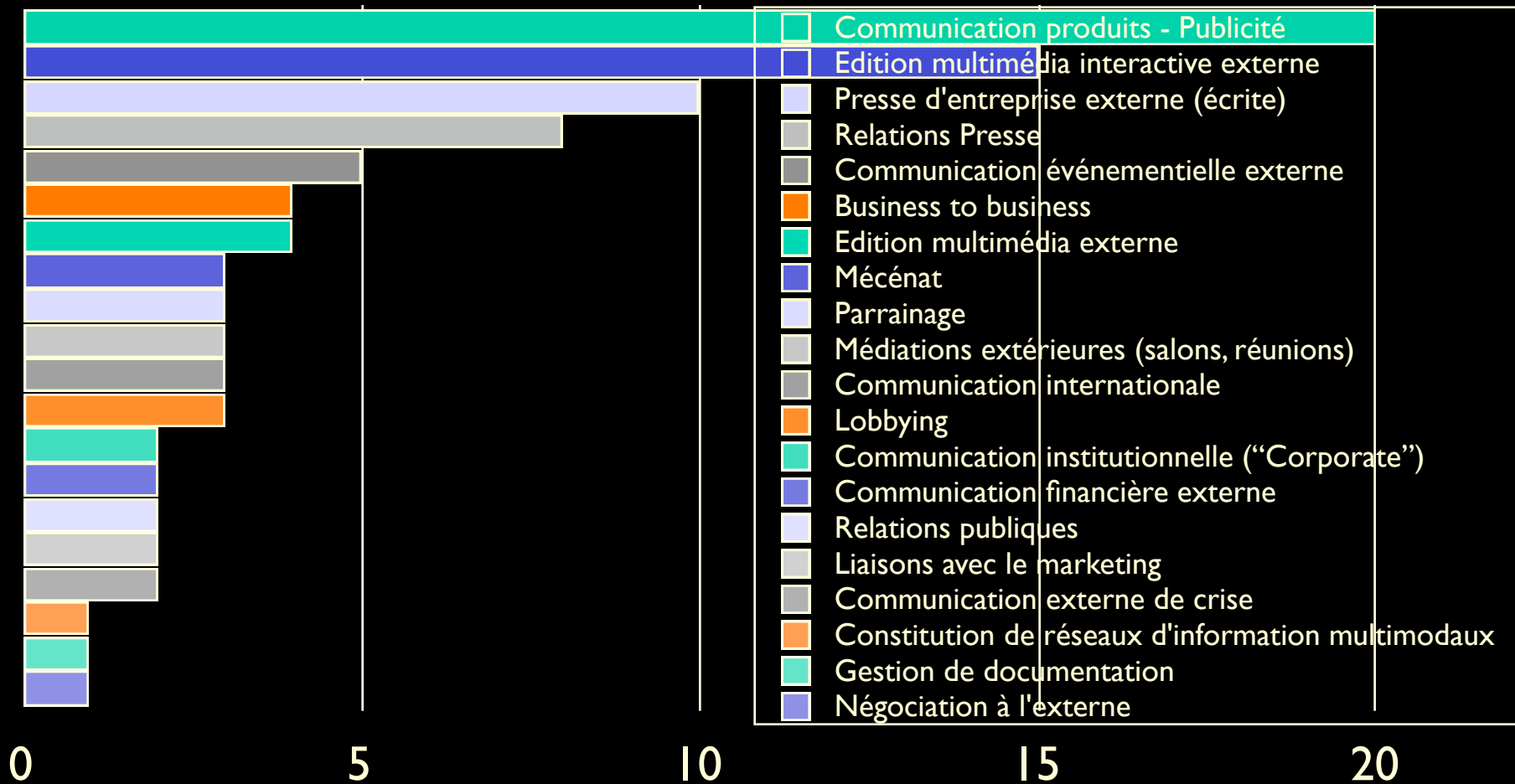


Répartition au sein de la com EXTERNE (industriel)



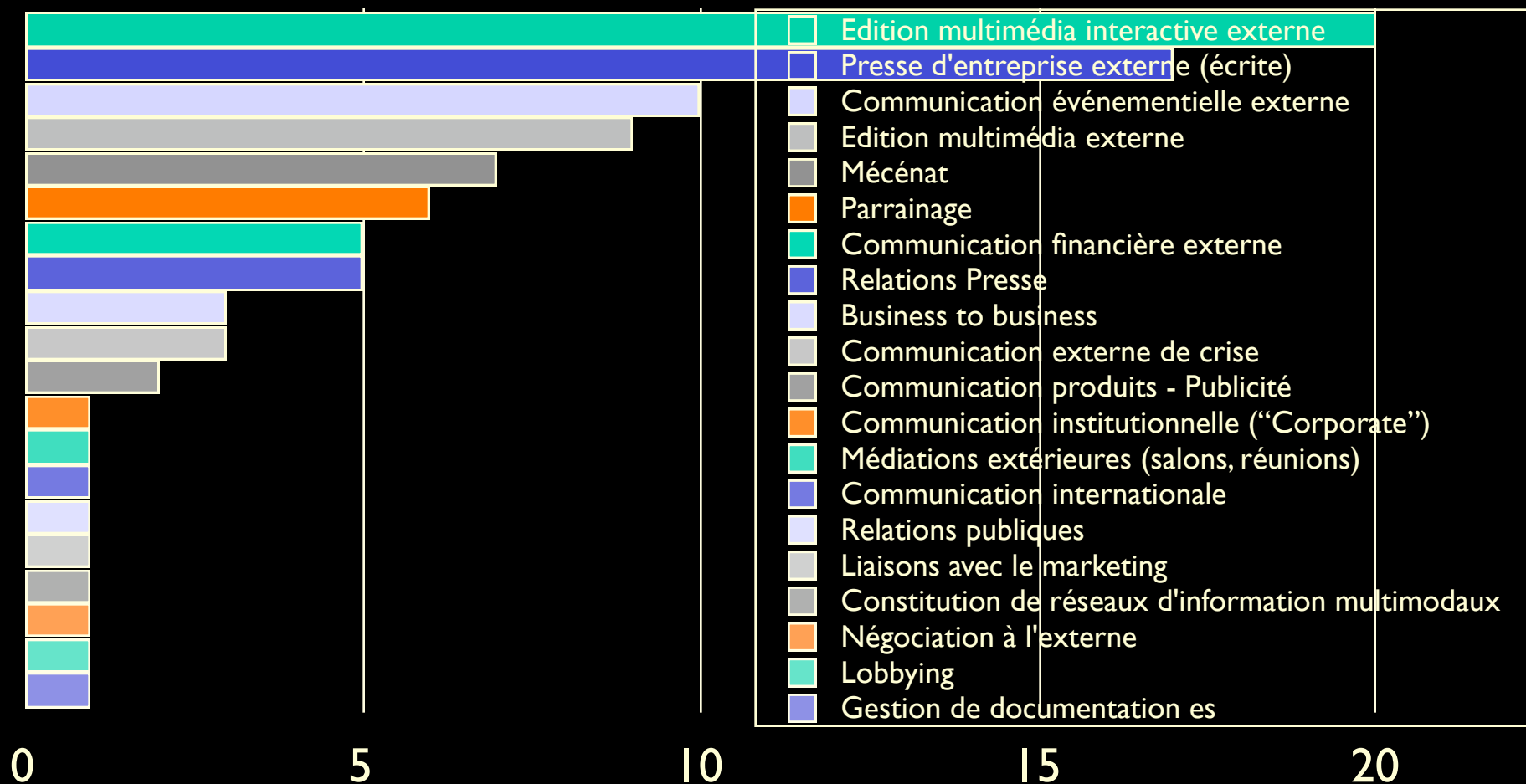
← Communiqance →

Répartition au sein de la com EXTERNE (tertiaire)

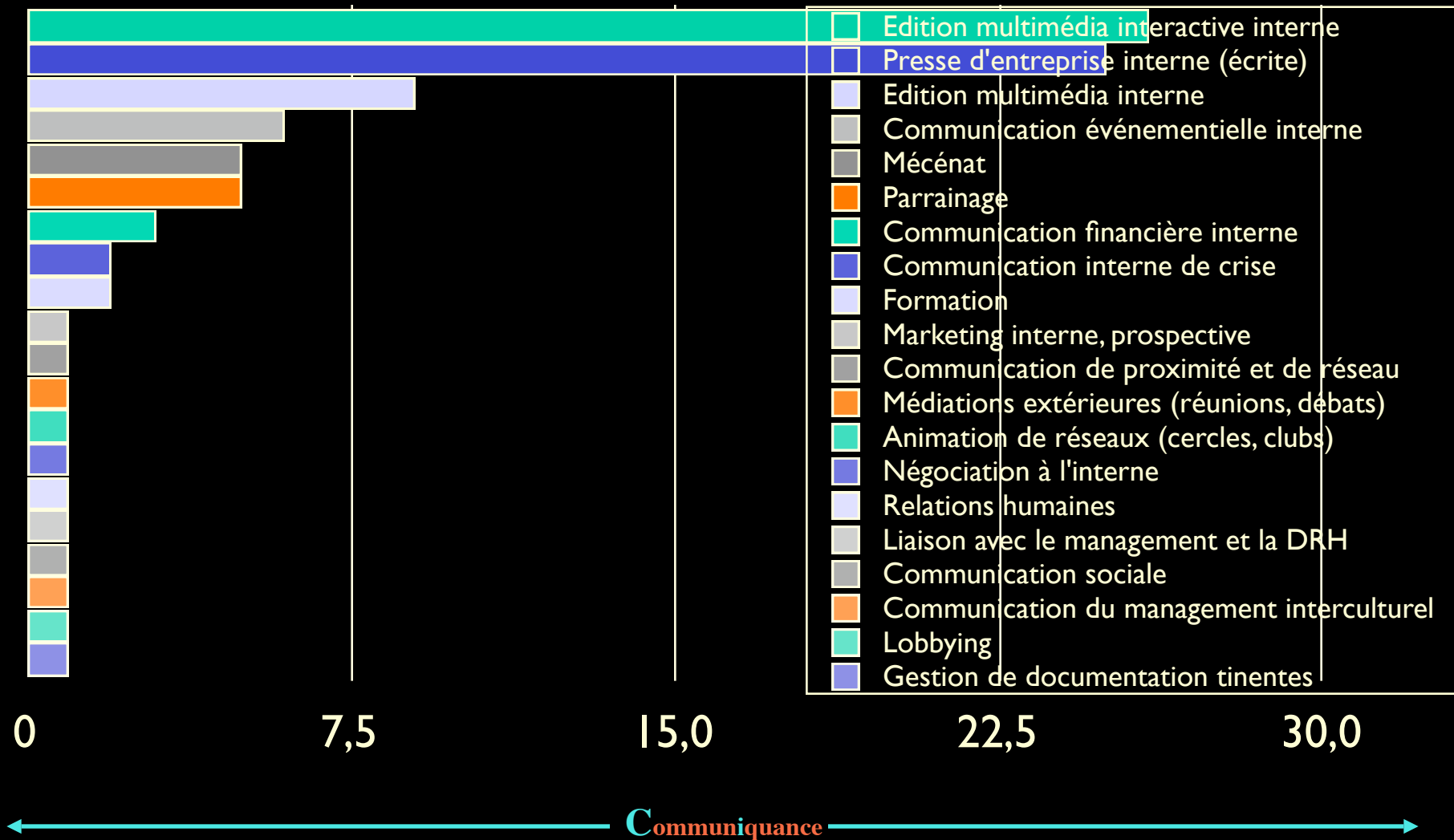


← Communiqance →

Répartition au sein de la com INTERNE (tertiaire)



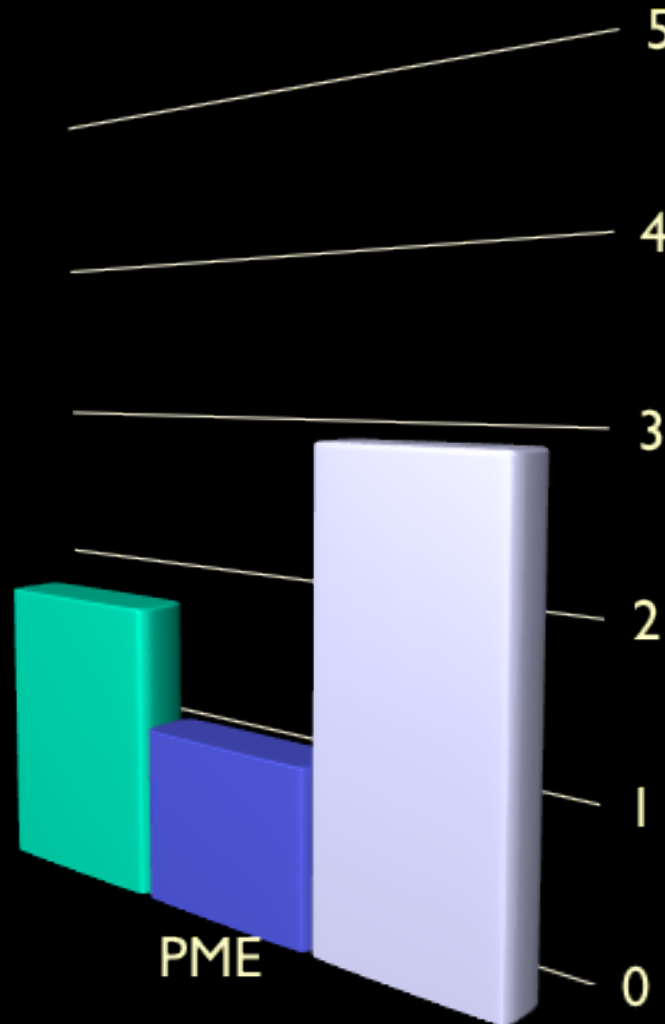
Répartition au sein de la com INTERNE (industrielle)



Attitude vis-à-vis de la stratégie



Part du budget communication

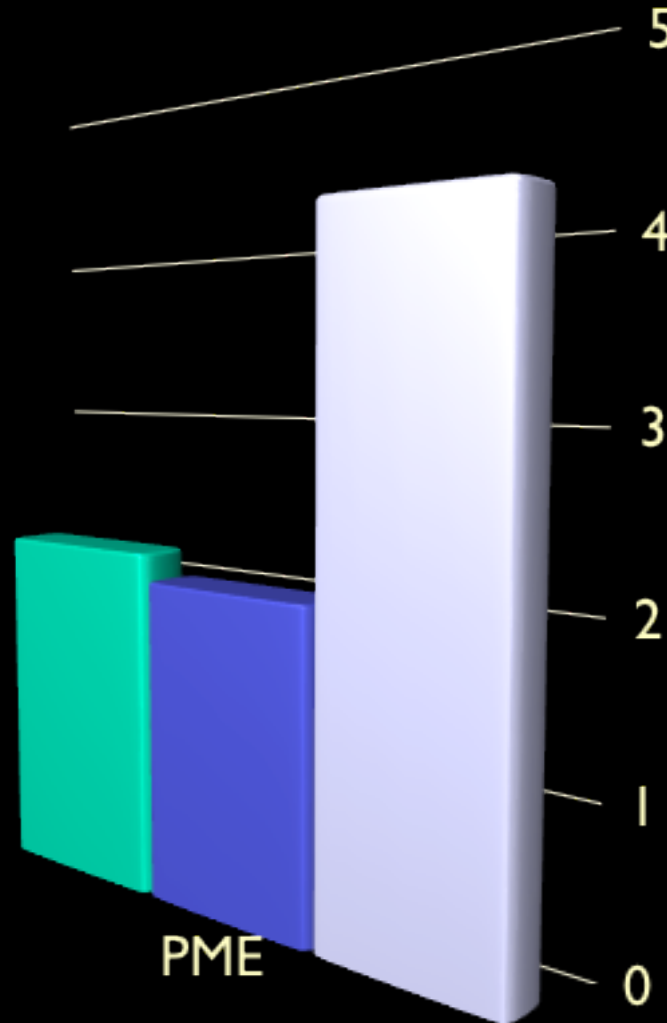


PME/PMI
“standard”

PME

← Communiquance →

Part du budget communication

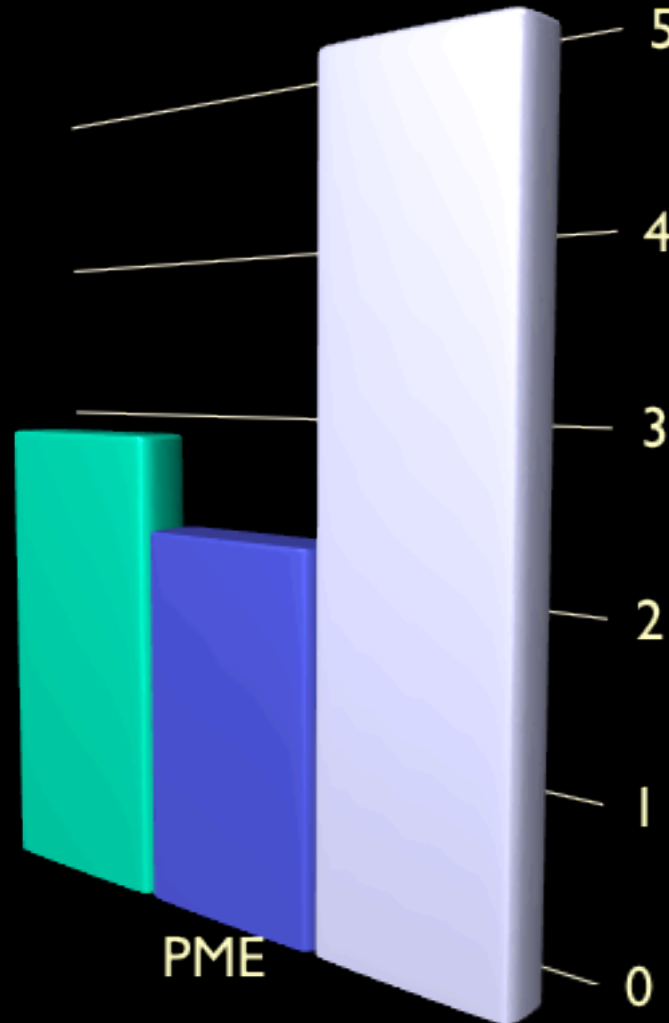


Banque/Assurance
"globalisée"

PME

← Communiquance →

Part du budget communication

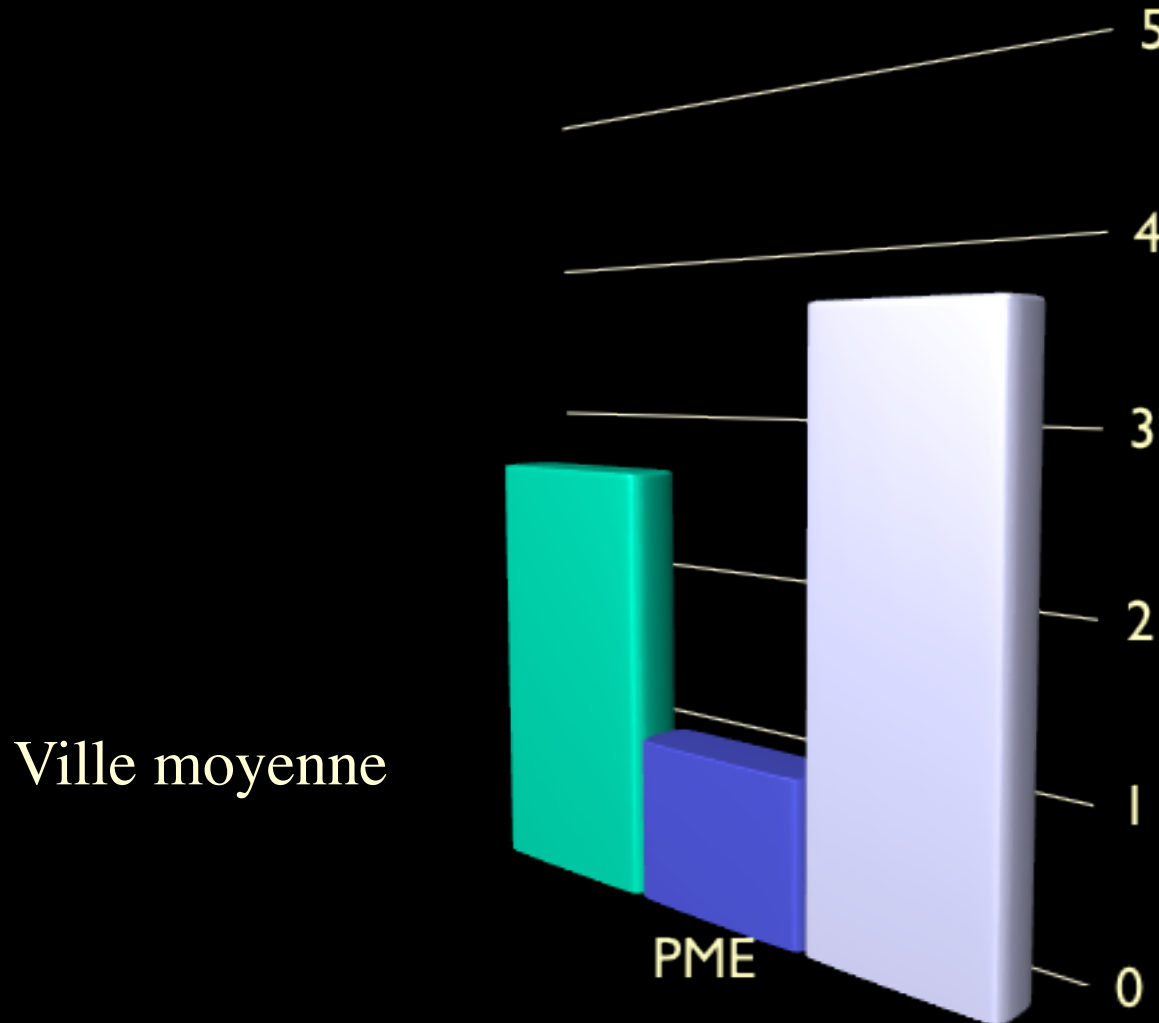


PME
High Tech

PME

← Communiquance →

Part du budget communication



← Communiquance →

Communiquance

L'Accompagnement de la communication

Diagnostic de communication

Valeurs

Identité réelle

Identité symbolique

Images réelles voulues

Images réelles perçues

Images réelles vécues

Images symboliques vécues

Images symboliques perçues

Images symboliques voulues

Culture

**Distanciation
des acteurs**

Compétences

Identification

Cohérence

Vision

PCC

SPID

Stratégie générale

Stratégie de communication

Fonctions mobilisées

Missions

Tâches requises

Allocations de ressources

**Management des
communicants**

Evaluations

Dircom

Dirigeant

Communicants

Communiquance

DIAGCOM

- Un chek up des grandes variables.
- Un moyen de crédibiliser l'audit... par le diagnostic de communication.
- Une modélisation paramétrable.
- Un système d'assistance au diagnostic
- *DIAGCOM - Budget* : une assistance à la conception de budgets de communication globale