Les 10 parties constituantes du plan de communication marketing intégrée

1. Recherche d'information, analyse de la situation actuelle et diagnostic.
2. Identification du ou des intentions de la communication marketing intégrée.
3. Définition du but et des objectifs de communication en considérant chacune des intentions de communication retenues.
4. Identification des publics/clients cibles.
5. Formulation de l'axe de communication/motivation.
6. Choix des moyens : canaux, médias, vecteurs, supports, et, etc.
7. Conception de messages adaptés pour les médias et/ou les supports de communication marketing intégrée que vous avez décidé d'utiliser.
8. Détermination du budget de réalisation du plan de communication.
9. Fixation du calendrier de réalisation et des échéanciers.
10. Liste des actions de communication marketing.

Manuel de gestion-réflexion / Christian Latour