

## Modes & Travaux

C'est qu'il vous faut un patron pour construire une communication. Peu importe laquelle, ou son support, ou son canal, d'ailleurs. Il vous faut un dessin, qui en trace les contours, qui en crée la structure. Sans quoi, votre idée ne passera pas la rampe, n'atteindra pas votre public. Et pour soutenir ce schéma, voici une façon de faire, et quelques trucs et astuces... Un processus en trois temps.

Un. Concevoir un cadre global et y agencer les idées. Vous préparez un livre anniversaire ? Pensez historique et perspectives, témoignages et projets. Entrecoupez par une table ronde réunissant quelques personnes aux messages clés liés à votre secteur. Ajoutez un rythme, du court et du long, du factuel et de l'émotion, une entrée et une sortie, une introduction et un envol. Vous imaginez un plan communication à un an ? Travaillez par trimestre et puis par mois. Insérez actualités, blogs, livre blanc, réseaux sociaux, networking, etc. Découpez, déplacez, remplacez jusqu'à savoir où vous allez, pour quoi, qui vous y emmenez et pour quoi.

Il s'agit de créer un équilibre global, une structure qui fasse sens.

Deux. Une fois cette structure globale et ces sections définies, il vous faut donner corps à chaque section, montrer leurs différences, générer la différence. Vous invitez vos cibles à un événement ? Pensez titre, contexte, éléments clés et informations pratiques. N'oubliez pas le *Post Scriptum*, l'élément le plus lu de tous les courriers ! Pour votre blog thématique, réfléchissez à un canevas type : titre, pyramide inversée, points, bénéfice inattendu. Souvenez-vous d'AIDA (Accroche, Intérêt, Désir et Action). Positionnez-vous comme le gourou de la thématique en question, mais profitez du bénéfice inattendu pour vos cibles, pour repositionner votre entreprise et annoncer le prochain sujet.

Il s'agit ici, vous le comprenez, de créer une suite, une série... Bref, une structure interne, « reproductible ».

Trois. Enfin, il faudra vous souvenir de quelques mécanismes clés. Prendre votre lecteur par la main, le conduire là où vous voulez, cela requiert un peu de discipline syntaxique au sens large... Vous vous rendez compte d'éléments communs entre vos idées ? Travaillez le principe du PPDC<sup>38</sup> mathématique

et remontez-les dans votre raisonnement. Votre argumentaire tient en trois points, en deux points ? Utilisez les connecteurs adéquats, et sans les mélanger sous prétexte d'originalité ! Soyez clair, court et concis ! Notamment.

Et là, vous aurez une structure globale, interne et ordonnée, et qui tiendra dans le temps ! Il ne vous restera plus qu'à la concrétiser, à y mettre vos mots à vous, à en créer le ou les textes, et le tour sera joué !

*Et vous, avez-vous pensé à cadrer, sectionner, composer ?*