

Outils LJA

Manager et communiquer

Cahiers pratiques

Avocats et communication

13/02/2014

<http://e-magazine.lamy.fr/actualites/detail/73220/planifier-vos-actions-sur-l-annee-pour-mieux-maitriser-votre-image.html>

Planifier vos actions sur l'année, pour mieux maîtriser votre image

Brigitte Van Dorselaere –Image Juridique

Programmer dans le temps vos actions ainsi que vos outils de communication vous permettra de mieux maîtriser votre image, votre temps et aussi votre budget.

Penser à programmer vos actions dans le temps

Qu'il s'agisse de votre communication écrite ou orale, vos actions seront d'autant plus efficaces et indolores qu'elles seront planifiées dans le temps.

Votre communication écrite

Vos actions presse regroupent, en réalité, plusieurs types de démarches bien distinctes. Or, chacune de ces démarches peut être planifiée :

- les envois de vos communiqués de presse sur des recrutements, des événements liés au cabinet, l'ouverture de bureaux, la création de département, des décisions obtenues, des deals finalisés, des remises de décorations, etc. : il est important et souvent tout à fait possible de les programmer en amont, de façon assez souple, pour ceux de ces événements qui sont connus à l'avance. Cela permet d'être régulièrement présent dans la presse et auprès des journalistes.
- la signature d'articles de fond ou d'experts sur des textes ou jurisprudences, des réformes, mais aussi des événements saisonniers, peut également être anticipée. Il est très utile de se positionner à l'avance auprès des journalistes, sur un thème sur lequel on a une expertise pointue et on souhaite intervenir, dans l'attente de la parution d'un texte à commenter. Vous serez ainsi tout à fait opérationnel le jour J pour commenter l'actualité « chaude » ou un événement lié à une saison.

- l'insertion ou la mise à jour de fiches dans des annuaires professionnels, la participation aux classements et aux divers prix : ils fleurissent de façon régulière dans l'année et ont tendance à se développer. Aussi est-il facile de prévoir les dates des mises à jour, des rencontres avec les journalistes responsables des parties éditoriales pour prendre l'initiative des contacts et y être présent avec un contenu bien à jour.

Votre communication orale

Elle doit aussi être programmée et régulière dans le temps, qu'il s'agisse de :

- l'animation de formations : mieux vaut prévoir un rythme régulier et étalé dans le temps dans l'année pour en alléger la charge.
- l'intervention dans des conférences : de la même façon, la présence aux conférences étant assez consommatrice de temps, il est conseillé de planifier ces interventions et, de préférence, de les prévoir dans des périodes où l'on sait que la charge de travail au cabinet sera plus réduite.
- la présence sur des salons : il est recommandé de se renseigner sur les salons liés à son ou ses secteurs d'activité pour y être présent afin de s'imprégner des évolutions du marché, rencontrer ses acteurs, et éventuellement d'y être présent sur un stand ou dans le cadre de conférences.
- l'organisation ou la participation à des petits déjeuners débats : enfin, il est utile d'inviter au cabinet, ou dans un autre lieu, à un rythme bien régulier qui constitue un véritable rendez-vous (une fois par trimestre ou par semestre ou par an), ses clients, partenaires et des journalistes sur la spécialité du cabinet, afin d'y traiter des sujets d'actualité ou d'en dresser un bilan.

Anticiper ainsi cette communication, écrite et orale, permettra de construire un calendrier annuel et global de communication comprenant, mois par mois, les actions prévues. Reste ensuite à le suivre et à le mettre à jour en fonction des nouveaux événements survenus et inattendus !

Anticiper la conception de vos outils de communication

Ce calendrier des interventions du cabinet, écrites et orales, sera complété par la programmation, dans le temps, de vos outils de communication. Qu'il s'agisse de les créer ou de les mettre à jour s'ils existent déjà, le cabinet a, en effet, tout intérêt à planifier également :

- le site du cabinet : si sa conception se programme à la création du cabinet, ses mises à jour seront ensuite régulières, au minimum une fois par mois, ce qui est indispensable, notamment pour son bon référencement. Cette tâche a intérêt à être programmée pour être réalisée régulièrement. De la même façon, il est bon de prévoir dans le temps des évolutions du site en termes de fonctionnalités. Attention, s'il s'agit d'un blog ou de la présence du cabinet sur les réseaux sociaux, le rythme des mises à jour sera bien plus effréné ! Ici, il ne suffit pas d'être présent, il faut être actif. Une organisation et une planification de la tâche s'imposent.
- la plaquette du cabinet : elle peut être programmée avant le site du cabinet, ou au contraire lui succéder, sachant que, de plus en plus, on revient à la nécessité de pouvoir disposer de cet outil de présentation sur support papier. En effet, le site et la plaquette constituent des outils tout à fait complémentaires s'ils sont bien conçus.
- les cartons d'annonce : il est utile de créer un carton type dès la création du cabinet pour ensuite n'avoir qu'à l'adapter à chaque événement spécifique, ce qui fera gagner au cabinet et du temps et de l'argent.

- le rapport d'activité annuel : outil classique de communication qui revient le vent en poupe à l'heure de la transparence, il sera bien évidemment prévu chaque année, mais travaillé dès le début de l'année pour être finalisé en temps voulu.

Pour mieux gérer votre image, votre temps, votre argent

Ce travail de planification permet au cabinet de :

- *mieux maîtriser son image*

Le cabinet communique bien alors selon ses axes de stratégie, et non à la demande, et au coup par coup, sur n'importe quel sujet proposé de l'extérieur. Il garde ainsi l'initiative, les rênes de sa communication et dépend moins des tiers.

Il peut mettre en place une communication plus efficace car équilibrée. Il travaillera ainsi afin de prévoir, autant que possible, d'être présent :

- > de façon régulière dans le temps, ce qui est essentiel : mieux vaut être présent peu mais régulièrement que sur de longs volumes à un rythme très espacé ;
- > tant à l'écrit qu'à l'oral ;
- > sur des sujets liés à sa stratégie de développement ;
- > dans des supports juridiques mais aussi grand public ;
- > autant par des communiqués de presse que des articles de fond ;
- > sur le plan national et aussi international ;
- > en faisant intervenir chaque membre du cabinet et en incitant ainsi ceux qui communiquent peu à suivre le rythme de la locomotive !

Tout ici est question de rythme, de dosage et d'équilibre. En travaillant en amont, on parvient bien mieux à rendre son image lisible et claire. En dépendant de la demande externe, on risque vite de brouiller son image.

- *mieux gérer son temps*

Cette planification permet aussi au cabinet de communiquer à son rythme, ce qui est fondamental. Le cabinet n'interviendra plus dans le stress puisque tout est programmé à l'avance et il risquera moins de s'épuiser à la tâche, secondaire par rapport à son métier, de la communication. Puisqu'il aura anticipé, il pourra profiter des périodes plus creuses de son activité pour se consacrer à sa communication (périodes de vacances par exemple).

Il pourra aussi mieux se permettre de refuser des propositions externes si elles ne correspondent pas à la stratégie de l'année, sachant que sa visibilité est déjà organisée. Il a ainsi une sorte de « filet de sécurité » bien confortable et rassurant.

Enfin, il obtiendra plus facilement, et plus vite, des résultats (signature d'articles, interviews, citations, etc.) puisqu'il aura travaillé le terrain bien en amont auprès de la presse.

- *faire des économies*

Cette démarche de planification permet enfin au cabinet d'étaler les coûts dans le temps. Qu'il s'agisse de l'organisation d'évènements, de la création ou de mises à jour d'outils, de frais d'insertion dans les annuaires ou de réservation d'espaces dans des publi-reportages, le budget peut être encadré.

Le cabinet pourra aussi programmer des investissements, indispensables, dans des services et produits bureautiques qui lui permettront de gagner du temps et donc de faire des économies (de type Argus de la presse, logiciels permettant de corriger des documents pdf, etc.).

Cette anticipation, si elle nécessite un travail en amont, s'avère ainsi bénéfique à tous les niveaux.