

## Checklist de la communication institutionnelle

Cette checklist est seulement un outil te permettant de vérifier si tu as réfléchi et répondu à certains aspects dans ton parcours. En aucun cas elle ne doit être considérée comme une contrainte ou un jugement.

Elle est divisée en deux parties :

1. La construction de ton image de marque ou *branding* ;
2. La partie opérationnelle des actions nécessaires.

Choisis, pour chaque question de cette checklist la réponse qui te semble la plus appropriée :

1. **Oui**, signifie que tu peux répondre affirmativement à la question.
2. **Partiel**, signifie que ce sujet mérite encore une réflexion et une amélioration.
3. **Non**, signifie que tu estimes ne pas encore pouvoir répondre à cette question.

Elément de l'image de marque	Réponses		
	Oui	Partiel	Non
1 As-tu clairement défini les valeurs de ton organisation ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 Les buts, la mission de ton organisation sont-ils définis ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 As-tu une vision du futur de ton secteur et de la place qu'y occupera ton organisation, dans 10 ans, 5 ans et 3 ans ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 As-tu transposé tes valeurs organisationnelles en comportements et principes d'action, visibles dans des charte ou d'autres documents ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 As-tu déterminé ton archétype de marque, c'est-à-dire la "tribu" que tu représentes et à qui tu t'adresses ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 As-tu créé tes personas, représentatifs de la "tribu" à laquelle tu veux accéder ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 As-tu construit une "promesse client" sur la base de ton archétype de marque ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 Ton positionnement sur le marché est établi en cohérence avec ton archétype de marque ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 As-tu défini les couleurs et les polices de caractères de ta charte graphique en fonction de ton archétype de marque ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 As-tu rédigé un slogan dans lequel tes segments de clients peuvent se reconnaître ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11 As-tu choisi une imagerie en cohérence avec ton archétype de marque ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Élément opérationnel	Réponses		
	Oui	Partiel	Non
1 Le nom de ton organisation est défini?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 Ton nom de domaine est choisi et réservé ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 As-tu déjà une ou plusieurs pages construites sur les réseaux sociaux utiles à ta communication institutionnelle ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 As-tu au minimum un site internet "vitrine" ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 As-tu un planning de communication pour tes différents canaux, que ce soit sur le web ou sur d'autres supports ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 Disposes-tu des supports papier nécessaires à ta communication institutionnelle (cartes de visite, brochures, modèles, etc.) ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 As-tu un pitch "institutionnel" de présentation de ton organisation (à l'inverse de la promotion de tes produits et services) ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>