Réseau wallon
de Développement Rural

L'Europe et la Wallonie soutiennent une ruralité dynamique

Avec le soutien de la Wallonie
Fonds européen agricole pour le développement rural : l'Europe investit dans les zones rurales.

Formation communication

Programme

10h – 11h

Introduction

Présentation du RwDR, rappel de bases en matière de construction d'un projet de communication.

11h – 12h30

Travail en groupes - matinée

Regroupement, objectifs prioritaires, public cible...

13h30 – 15h

Travail en groupes – après-midi

Messages, budget, choix des canaux, planification.

carrefour des ruralités

28.03.20

3ème ÉDITION

ROCHEFORT

www.reseau-pwdr.be/carrefour2020

En collaboration avec le 7eme Festival
du Film sur la Ruralité A travers champs

www.festival-atraverschamps.be

Objectifs

- Outiller les GAL en matière de construction d’un projet de communication
- Coaching au départ de projets déjà existants

RwDR & GT Communication

- Le RwDR

- Le Groupe de Travail communication du RwDR

Canevas de questions

- Pourquoi ce canevas ?

- Explication du développement logique d'un projet de communication (objectifs, moyens/budgets, publics, messages, canaux de communication …)

Public cible / Persona

- Pourquoi un public cible ?
- Cœur de cible
- Cibles secondaires
- Prescripteurs
- Persona

Travail en sous-groupes

- Groupe 1 : communication produits locaux à destination des consommateurs/transformateurs
- Groupe 2 : communication autour des pratiques agricoles à destination des agriculteurs
- Groupe 3 : parrainage de buissons
- Groupe 4 : labyrinthe floral
- Groupe 5 : glanage

Travail en sous-groupes

15 minutes pour découvrir le projet, et lire la fiche produite par le porteur de projet

Travail en sous-groupes

20 minutes pour définir **1** objectif prioritaire pour le projet

Travail en sous-groupes

30 minutes pour définir :

- Cœur de cible
- Cibles secondaires
- Eventuellement personas

Travail en sous-groupes

15 minutes pour définir :

- Un message principal
- Deux messages secondaires

Canaux de communication digitaux

- Réseaux sociaux : lesquels ? Pour qui, pourquoi?
- Newsletters : fréquence ? Pour qui, pourquoi?
- Site web dédié : pour quoi, pourquoi?
- Stratégie « multi-canal »
- Budgets / moyens

Travail en sous-groupes

30 minutes pour définir :

- Son budget / ses moyens
- Les canaux de communication à utiliser en fonction de ses publics

Travail en sous-groupes

15 minutes pour planifier les prochaines actions pour le projet de communication

Mise en commun

Restitution aux autres groupes
du projet de communication

Merci !