

Checklist de la communication institutionnelle

Ecrivez un X dans la colonne de votre choix

Question:	Oui	Partiel	Non
Image de marque - Branding			
1 Avez-vous clairement défini les valeurs de votre organisation ?			
2 Les buts, la mission de votre organisation sont-ils définis ?			
3 Avez-vous une vision du futur de votre secteur et de la place qu'y occupera votre organisation, dans 10 ans, 5 ans et 3 ans ?			
4 Avez-vous transposé vos valeurs organisationnelles en comportements et principes d'action, visibles dans des charte ou autres documents ?			
5 Avez-vous déterminé votre archétype de marque, c'est-à-dire la "tribu" que vous représentez ?			
6 Avez-vous créé vos personae, représentatifs de la "tribu" à laquelle vous voulez accéder ?			
7 Avez-vous construit une "promesse client" sur la base de votre archétype de marque ?			
8 Votre positionnement sur le marché est établi en cohérence avec votre archétype ?			
9 Vous avez défini les couleurs et les polices de caractères de votre charte graphique en fonction de votre archétype ?			
10 Vous avez rédigé un slogan dans lequel vos segments de clientèles peuvent se reconnaître ?			
11 Avez-vous choisi une imagerie en cohérence avec votre archétype ?			
Pratique - opérationnel			
12 Le nom de votre organisation est défini?			
13 Votre nom de domaine est choisi et réservé ?			
14 Vous avez déjà une ou plusieurs pages construites sur les réseaux sociaux utiles pour votre communication institutionnelle ?			
15 Vous avez au minimum un site internet "vitrine" ?			
16 Avez-vous un planning de communication (web et autres canaux) ?			
17 Disposez-vous des supports papier nécessaires à votre communication institutionnelle (cartes de visite, brochure, modèles, etc.) ?			
18 Avez-vous un pitch "institutionnel" de présentation de votre organisation ?			
Réponses (total = 0) :	0	0	0