

www.philippe-napolitano.com

p.napo@free.fr



LA COMMUNICATION A GEOMETRIE VARIABLE

Un concept réseau pour une meilleure maîtrise

Communication > compétences multiples

logotypes - **identités visuelles** - identités sonores - graphisme - illustrations - visuels - audiovisuel - médias- hors médias - nouveaux médias - édition - **événementiel** - stratégie - information - conception-rédaction - messages - base line - signatures - slogans - claims - publicité - marketing opérationnel - relations publiques - **création** - exécution - organisation - fabrication - prestation - communication interne/externe - management - street - **buzz** - alternatif - annonces-presse - publi-rédactionnel - affichage - flyers - plaquettes - catalogues - **sites Internet** - e-mailing - **newsletters** - supports - visibilité - efficacité - répétitivité - mémorisation - territoires de marques - **notoriété** spontanée/assistée - lancements de produits/de marques - communication financière - promotion des ventes - **trafic** en points de ventes - **etc...** logotypes - **identités visuelles** - identités sonores - graphisme - illustrations - visuels - audiovisuel - médias- hors médias - nouveaux médias - édition - **événementiel** - stratégie - information - conception-rédaction - messages - base line - signatures - slogans - claims - publicité - marketing opérationnel - relations publiques - **création** - exécution - organisation - fabrication - prestation - communication interne/externe - management - street - **buzz** - alternatif - annonces-presse - publi-rédactionnel - affichage - flyers - plaquettes - catalogues - **sites Internet** - e-mailing - **newsletters** - supports -

Agences

Selon les époques et les stratégies, positionnements différents.

≡≡≡ Mission unique.

≡≡≡ Hyperspécialisation/filialisation.

≡≡≡ Communication globale.

≡≡≡ Communication à 360°.

≡≡≡ Etc.

Paradoxe diversité des positions -----> pensée unique

La Communication à géométrie variable, c'est quoi ?



Réseau de spécialistes.



Interlocuteur unique.



Pour chaque projet, constitution d'une équipe ad hoc.



Intervention sur l'intégralité du spectre de la communication.



Prise en compte globale d'un projet.



Prise en compte d'une partie de projet.



La Communication à géométrie variable, c'est quoi ?

Spécialiste

Spécialiste

Spécialiste



Chef de projet



Vous

La Communication à géométrie variable, pourquoi ?

Chaque intervenant n'est impliqué (et rémunéré) que durant la phase du projet où il intervient.

Chaque intervenant (indépendant) est hyper responsabilisé.

Chaque intervenant est directement concerné par la réussite du projet.

Interlocuteur unique, garant du bon déroulement du projet.



La Communication à géométrie variable, pourquoi ?

Réseau direct



Réseau indirect

La stratégie du projet

En période d'instabilité, les services communication disposent d'une visibilité réduite.

Le besoin de souplesse se fait alors sentir.

Leurs interlocuteurs se doivent d'être opérationnels sans délai, pour chaque action, quel que soit son profil.

Pour atteindre ces objectifs, la mobilité est une solution.

C'est pourquoi il faut raisonner au projet plutôt qu'au budget.



Il est temps de changer de point de vue !

L'heure est à la communication raisonnable et responsable.

L'heure est à la communication maîtrisée.

L'heure est aux communicants modestes et professionnels.

L'heure est aux structures souples, véloces, agiles.

L'heure est au réseau !



Philippe Napoletano

www.philippe-napoletano.com

p.napo@free.fr