

## Colloque ACMQ 2012

### Les nouveaux défis des communicateurs municipaux

Voici la liste des défis mentionnés par les participants au Colloque 2012 de l'Association des communicateurs municipaux du Québec (ACMQ). Ceux-ci ont été compatibilisés de l'œuvre collective qui était située dans le hall de l'hôtel Sheraton Laval.

**Note :** Certains énoncés se retrouvent dans plus d'une catégorie.

Catégories	Nombre de mentions
Médias sociaux	16
Communication externe / Campagnes	9
Stratégie / Gestion	9
Relations avec autres services / politique	8
Autres	7
Outils de communication	6
Gestion de crise / Gestion municipale	4
Relations avec les médias / Présence dans les médias	4
Web	4
Communication interne	3
Évaluation des outils/campagnes	3

#### Idées pour le Colloque 2013 :

- Reprendre les thèmes ayant obtenu le plus de mentions et en faire des discussions de type « ateliers suivis ».
- S'en servir comme base pour élaborer le thème 2013.
- Inviter les membres de l'ACMQ à partager la réussite de leur défi sur la page Facebook de l'ACMQ.

<b>Médias sociaux</b>	
1	Développer, multiplier et maintenir un compte Twitter et réussir à bien le gérer.
2	Mettre en place une politique éditoriale pour les médias sociaux.
3	Convaincre que les médias sociaux, c'est surtout faire différemment et ce n'est pas agir à court terme seulement.
4	Intégrer les médias sociaux à mes plans de communication.
5	Intégrer les médias sociaux aux campagnes de communication.
6	Être présent sur les médias sociaux.
7	Être plus présent sur Twitter.
8	Bien s'intégrer à la réalité du Web 2.0 et savoir relever les nombreux défis que cela engendrera.
9	Être plus présent sur les médias sociaux.
10	Utiliser davantage les médias sociaux.
11	Écrire pour les médias sociaux.
12	Intégrer les médias sociaux.
13	Développer une application mobile pour un événement.
14	Gestion des médias sociaux, du site internet des relations avec les médias.
15	Comment engager les élus dans notre nouvelle directive municipale pour les réseaux sociaux, car ils utilisent les réseaux sociaux pour parler contre la Ville.
16	Consacrer du temps pour gérer les médias sociaux.

<b>Communication externe / Campagnes</b>	
1	Planifier un plan de communication pour changer le logo de la Ville.
2	Arrimer les messages politiques et administratifs.
3	Mettre en œuvre le plan de communication en bio méthane/compostage.
4	Créer une image homogène des communications de tous les services de la Ville.
5	Réussir à mobiliser les citoyens et les rendre fiers de leur ville.
6	Conjuguer temps, ressources et argent dans une campagne de communication.
7	Innover dans les campagnes récurrentes.
8	Coordonner une campagne de communication importante.
9	Élaborer des campagnes municipales en partenariat avec d'autres villes.

<b>Stratégie / Gestion</b>	
1	Passer des idées à l'action.
2	Gagner une Plume d'or.
3	Gérer les priorités.
4	Cibler plus le bon public lors des campagnes de communication.
5	Harmoniser les signatures visuelles des campagnes de communication.
6	Veiller au développement professionnel des membres de mon équipe.
7	Focus image de marque = meilleure notoriété.
8	Avoir une équipe de « pros » en communication autour de moi!
9	Trouver l'équilibre entre le rôle de porte-parole et de gestionnaire des communications.

Relations autres services / politique	
1	Sensibiliser les employés, les gestionnaires et les élus à l'importance d'avoir des communications cohérentes.
2	Mobiliser et concerter les différents acteurs clés vers un objectif commun.
3	Faire circuler l'information entre tous les communicateurs.
4	Développer ma crédibilité auprès des autres services municipaux.
5	Réaliser des projets corporatifs inter services.
6	Maintenir les lignes directrices des différents services.
7	Être moins conciliant avec les élus!
8	Comment engager les élus dans notre nouvelle directive municipale pour les réseaux sociaux, car ils utilisent les réseaux sociaux pour parler contre la Ville.

Autres	
1	Diminuer les quantités de papier.
3	Coupures budgétaires des villes qui affectent l'organisation, mais sans devoir toucher au Service aux citoyens = dichotomie !
5	Convaincre la direction d'augmenter les budgets de formation.
6	Être la seule ressource de mon organisation à travailler aux communications.
7	Travailler seule.

<b>Outils de communication</b>	
1	Répenser, améliorer et diversifier nos outils de communication.
2	Établir un lien fort entre les outils « papier » et les outils « WEB ».
3	Professionaliser nos outils.
4	Moins d'outils de communication, plus d'efficacité.
5	Réaliser des outils de communication attrayants et efficaces!
6	Diversifier les outils de communication en lien avec les clientèles ciblées.

<b>Gestion crise / Gestion municipale</b>	
1	Gérer l'image de marque de nos villes à travers la crise d'intégrité actuelle.
2	Planifier davantage le prévisible et l'imprévisible
3	Mieux rejoindre les clientèles cibles en gestion de crise.
4	Mieux maîtriser les mesures d'urgence.

<b>Relations avec les médias</b>	
1	Faire la « UNE! »
2	Faire des relations médias pro actives.
3	Petits budgets versus grandes retombées médiatiques.
4	Gestion des médias sociaux, du site internet des relations avec les médias.

<b>Web</b>	
1	Mettre en ligne un site web qui répondra aux besoins de mes différents publics cibles!
2	Gestion des médias sociaux, du site internet des relations avec les médias.
3	Écrire pour le Web.
4	Avoir un site Internet pour la Maison des arts.

<b>Communication interne</b>	
1	Réussir à mobiliser les employés municipaux.
2	Améliorer l'intranet pour communiquer davantage avec les employés.
3	Que les communications internes en provenance du bureau du Directeur général soit réelles et non un vœu pieux.

<b>Évaluation des outils</b>	
1	Évaluer de plus en plus les campagnes de communication.
2	Développer davantage des évaluations post-campagne.
3	Trouver des indicateurs pertinents nous permettant de mesurer les actions de communications.