



FICHE MÉTHODE Suivre un tableau de bord de communication

La qualité d'un tableau de bord tient à la fiabilité des informations qu'il comporte. Il faut donc penser à bien expliquer l'intérêt de la démarche aux personnes qui sont chargées de transmettre les informations.

1) Définir les indicateurs pour chacun des objectifs

Il convient de limiter le nombre d'indicateurs à une dizaine au maximum. Un tableau de bord doit être facile à lire et à interpréter.

- Nommer chaque indicateur et l'associer à un objectif.
- Préciser ce qu'il mesure (durée, nombre de contacts, nombre de visites...).
- Définir les modalités de calcul.
- Préciser les modalités de présentation de l'indicateur (chiffres, graphique, diagramme imagé...).

2) Stabiliser les indicateurs

La seule façon de comparer et de suivre les évolutions est de conserver les mêmes indicateurs

⇒ Prendre le temps de les tester avant de les adopter.

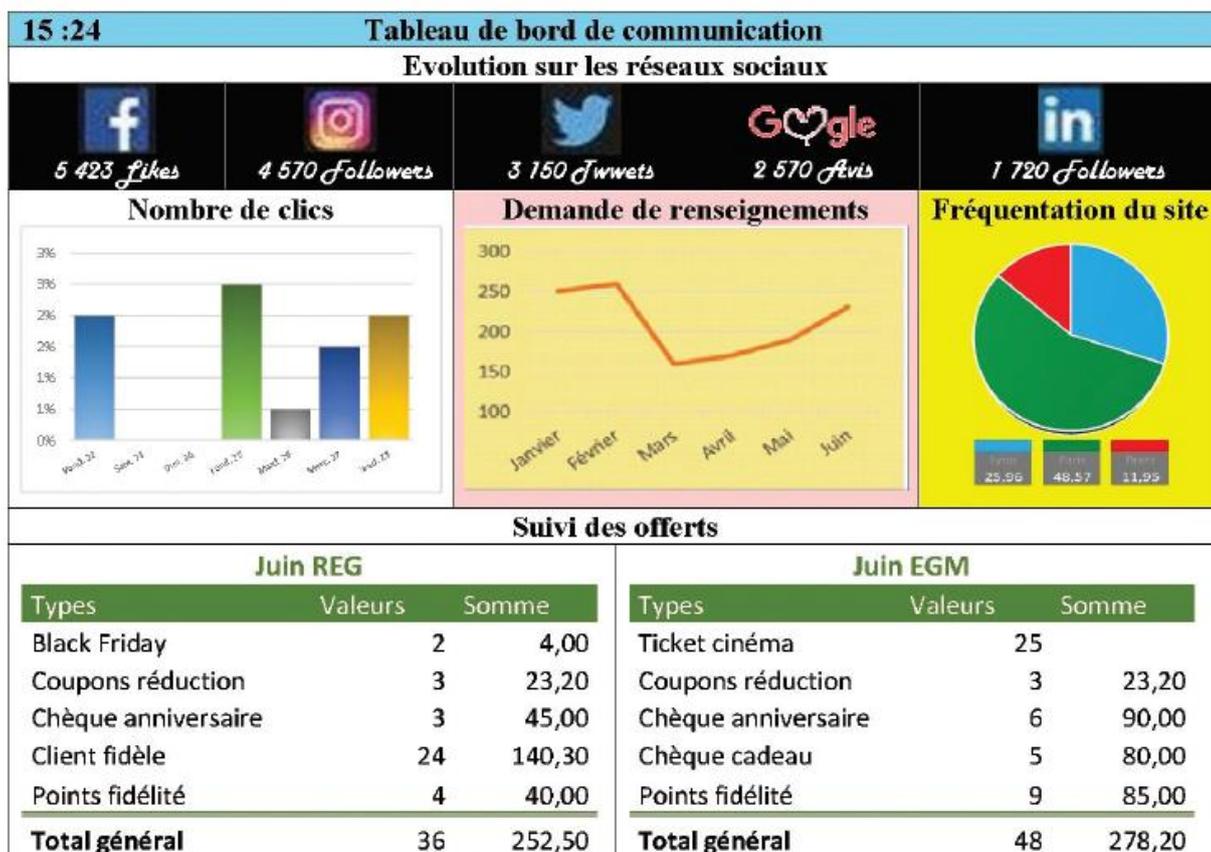
3) Recueillir les données

- Planifier les fréquences de récupération des données.
- Automatiser le plus possible les collectes de données pour éviter les risques d'erreurs.

4) Interpréter les données

- Analyser les raisons pour lesquelles un objectif n'a pas été atteint.
- Établir des liens entre les indicateurs à l'aide de tableaux croisés dynamiques (exemple : augmentation du nombre d'adhérents et augmentation du nombre d'articles mis en ligne).
- Proposer des actions correctrices (exemples : développer la présence dans les réseaux sociaux).

Exemple de tableau de bord de communication



Soignez la présentation. Un tableau de bord idéal tient sur une page.