



## Pour prendre votre place de Business Partner

Mentoring | Ateliers en équipe | Communauté

Bonjour {{ contact.PRENOM }},

En ce moment, beaucoup de Dircoms me disent la même chose :

« Mon plan de com 2026 est prêt...  
mais je ne sais pas s'il est vraiment solide. »

Et je les rassure : c'est normal.

À ce stade de l'année, les plans sont écrits, mais pas encore confrontés aux réalités : priorités mouvantes, validations, arbitrages, disponibilité de l'équipe...

En accompagnant des Dircoms ces dernières semaines, **j'ai observé 7 signaux faibles qui reviennent systématiquement.** Ils ne remettent pas un plan en cause, mais ils peuvent limiter son impact dès janvier.

## Voici les 7 points à vérifier rapidement

1

**Le plan n'a pas encore été challengé par la direction ou par vos parties prenantes métiers**

Il est construit, mais n'a pas encore "vécu" un regard décisionnel.

C'est souvent là que se révèlent les angles morts.

---

2

## **Les priorités 2026 ne sont pas totalement stabilisées**

RH, RSE, business, interne : tout évolue vite.

Un plan non aligné avec ces mouvements risque de rester trop opérationnel.

3

## **Le plan répond bien aux demandes... mais pas assez aux arbitrages**

Quand les demandes internes dictent la structure, la communication devient exécutante, pas contributrice stratégique.

4

## **Les circuits de validation restent flous**

C'est l'une des principales sources d'urgences en communication.

Sans cadre clair, les allers-retours explosent dès janvier.

5

## **L'équipe n'a pas encore été pleinement embarquée**

Elle connaît le plan, mais ne l'a pas encore approprié.

Un plan non incarné a du mal à exister dans l'organisation.

6

## **Les KPI ne permettent pas encore de prendre une décision**

Trop nombreux, trop techniques ou peu reliés aux priorités...

Un plan se pilote : vos KPI doivent vous aider à décider, pas seulement à suivre l'activité.



## Le plan vit dans un document... mais pas encore dans la gouvernance

Il existe, mais n'est pas encore utilisé comme un outil de dialogue (direction, RH, métiers, équipe).

C'est souvent ce qui fait la différence entre visibilité et influence.

### Pourquoi ces signaux comptent ?

Ils ne remettent pas votre plan en cause.

Ils disent simplement qu'il peut encore gagner en hauteur, lisibilité et impact stratégique.

Ce sont souvent ces ajustements (priorités clarifiées, circuits fluidifiés, KPI recentrés) **qui transforment un plan "solide" en plan reconnu, piloté et partagé.**

Un plan de communication n'est pas un tableau.

**C'est un outil de pilotage et d'influence.**

Et c'est souvent là que votre rôle de Dircom prend toute sa valeur.

## Je lance le prochain groupe de mentoring

avec 5 Dircoms pour renforcer leur stratégie, leur organisation et leur posture.



**Le groupe démarre en janvier 2026**

*(possibilité de démarrer dès décembre selon vos disponibilités).*

**Planifiez un échange de 45 min avec moi**

*(gratuit et confidentiel)*

Si vous me découvrez, je suis  
**Fanny Viano, la fondatrice de  
Take your place.**

Dircom avec plus de 20 ans  
d'expérience, j'accompagne  
désormais mes pairs à  
prendre leur place de  
Business Partner en  
renforçant 3 dimensions : leur  
stratégie, leur organisation et  
leur leadership.



Pour prendre la parole, proposer des sujets ou poser vos  
questions, répondez simplement à [cet email](#).

Si vous avez aimé notre newsletter, **partagez-la avec votre  
réseau** de Responsables com & Dircoms !

Et n'oubliez pas, prenez votre place de Business Partner 🙌

A bientôt

*Fanny Viano*

Prendre RDV

On vous a transféré cette newsletter, [inscrivez-vous](#) aux prochaines !



Vous recevez cet email car vous êtes inscrit(e)  
à la newsletter de Take your place.

[Se désinscrire](#)