

- **Faites le choix de la simplicité et de la " lisibilité "** pour vos documents promotionnels. Allez à l'essentiel. Les dépliants surchargés d'informations, de motifs ou de couleurs en tous genres manquent en général leur cible. Simplicité ne veut pas dire absence de créativité.
- **Elaborez un vrai plan de communication.** Réfléchissez bien au moment le plus opportun pour lancer votre campagne de communication (ni trop tôt, ni trop tard), à ses supports (dépliants, affiches, radio, encarts presse.....), à leurs modes de diffusion (envois, dépôts, mailing...) et aux quantités nécessaires.

La communication est une fonction délicate mais valorisante. Lorsque le projet est collectif, elle peut créer des dissensions au sein du groupe si une " tête d'affiche " se détache indépendamment des autres membres de l'équipe. Mieux vaut le savoir pour contrôler les phénomènes de " vedettariat " trop perturbants pour la vie du projet.