




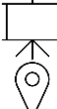









## Programme de formation :

### Définir la stratégie globale de communication

-  **PUBLIC :** Chargée de communication, assistante de direction, de communication, toute personne exerçant les métiers de la communication
-  **OBJECTIF GENERAL :**  
Elaborer et utiliser avec aisance les outils et techniques de la stratégie de communication en situation d'entreprise  
Savoir transmettre à ses interlocuteurs professionnels ses recommandations stratégiques, sa vision, son plan d'actions adapté au contexte et aux enjeux de l'environnement de l'entreprise et argumenter sur ses choix
-  **PRE-REQUIS :**  
Un ordinateur avec une connexion internet et webcam pour les sessions à distance uniquement
-  **OBJECTIFS PEDAGOGIQUES :**  
A l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :  
- Définir et mettre en œuvre une stratégie de communication globale et l'expliquer à ses interlocuteurs  
- Démontrer l'impact de ses actions et mesurer leur efficacité  
- Expliquer et justifier ses choix, engager ses interlocuteurs professionnels dans l'action
-  **PARTICIPANTS :**  
2 à 8 participants maximum par session
-  **MODALITES D'ORGANISATION :**  
La formation est dispensée en présentiel, distanciel ou mixte  
Au sein de vos locaux ou en salle de formation
-  Aménagements spécifiques : Nous prévenir en amont de la formation pour mettre en place les mesures nécessaires pour accéder ou suivre cette formation
-  **DUREE :**  
2 jours soit 14 heures
-  **MODALITES PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES :**  
- Alternance de méthodes actives, affirmatives et participatives  
- Apports théoriques par le formateur et remédiation lors des restitutions des travaux des stagiaires  
- Démonstrations pratiques et mises en situation  
- Supports pédagogiques remis aux stagiaires
-  **DATES DES SESSIONS :**  
Nous consulter
-  **MOYENS D'EVALUATION :**  
- Questionnaire de satisfaction  
- Exercices d'application permettant d'évaluer les acquis avant ou après chaque séquence, en binôme, en groupe ou en individuel selon les sujets
-  **TARIF :** sur-devis
-  **ORGANISME ET FORMATRICE**  
Sophie Pain - Société 13.7 Communication - Formatrice en communication et marketing, diplômée de l'ESSEC en marketing. Elle a exercé la fonction de responsable communication en entreprise au sein de grands groupes internationaux pendant près de 20 ans. Elle conseille et accompagne les entreprises et partage son expertise à l'Université de Rouen, à l'ISCOM et en centres de formation professionnelle.

Programme de formation : Définir la stratégie globale de communication	Créé le : 31/12/21	Mis à jour le :	V1
---------------------------------------------------------------------------	--------------------	-----------------	----

**DEROULE DETAILLE :****Séquence 1 : L'audit de communication**

- Qu'est-ce qu'un audit de communication et comment le mettre en œuvre
- L'analyse de l'environnement externe, le contexte
- L'organisation interne et ses pratiques : problématiques, management et communication
- Recueil des besoins et attentes des collaborateurs
- Réflexion sur les moyens et l'approche à mettre en œuvre en entreprise
- Travaux pratiques : mise en situation à partir d'un cas spécifique ou concret

**Séquence 2 : Identifier les enjeux de communication pour construire sa stratégie**

- Développer de nouveaux outils, faire évoluer l'existant, supprimer les outils redondants ou inefficaces
- Définir une stratégie relationnelle avec ses publics internes, externes et organiser la communication
- La porosité entre communication interne et externe
- Concevoir l'architecture de communication : écouter, dire, faire ensemble
- L'impact du collaboratif et de l'interactif, le rôle des salariés relais, ambassadeurs et producteurs d'informations
- L'impact du digital et le risque de fracture numérique
- Travaux pratiques : exercer la méthode, mise en situation et débrief

**Séquence 3 : Concevoir la stratégie de communication et le plan de communication**

- Définir les axes directeurs en fonction des cibles, faire les bons choix d'actions et de supports
- Segmenter les cibles, définir les objectifs et choisir les moyens
- Formaliser le plan de communication
- Elaborer les outils de pilotage
- Définir son budget
- Veille et curation de contenus
- Evaluer la performance des actions et des outils
- Produire des communications efficaces, définir les contenus, maîtriser et harmoniser la forme
- Travaux pratiques : exercer la méthode, exercice pratique, mise en situation et débrief

**Séquence 4 : Maîtriser les outils de communication et fédérer son auditoire pour motiver en interne**

- Présenter sa stratégie et défendre ses idées
- Accompagner les équipes managériales dans le déploiement des projets
- Mettre en œuvre des dispositifs d'échanges, de dialogue et de participation
- Réflexion sur la mise en place des actions et des réalisations en entreprise
- Réaliser un bilan, analyser les résultats et définir des axes d'amélioration
- Travaux pratiques : exercer la méthode, mise en situation et débrief

Programme de formation : Définir la stratégie globale de communication	Créé le : 31/12/21	Mis à jour le :	V1
---------------------------------------------------------------------------	--------------------	-----------------	----