

Programme de formation :

Définir une stratégie de communication efficace et construire son plan de communication



PUBLIC : Chargée de communication, assistante de direction, de communication, toute personne exerçant les métiers de la communication



OBJECTIF GENERAL :

Elaborer une stratégie de communication et utiliser avec aisance les outils et techniques de communication. Savoir transmettre à ses interlocuteurs professionnels

Ses recommandations stratégiques, sa vision et son plan d'actions adapté au contexte et aux enjeux de l'entreprise. Savoir argumenter 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 oeuvre 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

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 :

1 jour soit 7 heures

HORAIRES :

9h00-12h30/13h30-17h00



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 dans leur problématique de communication écrite et orale. Elle enseigne à l'université de Rouen et à l'ISCOM.

| | | | |
|---|--------------------|--------------------------|----|
| Programme de formation : Définir la stratégie globale de communication | Créé le : 31/12/21 | Mis à jour le : 24/07/23 | V2 |
|---|--------------------|--------------------------|----|

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

- Qu'est-ce qu'un audit de communication et comment le mettre en oeuvre
- 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 oeuvre en entreprise
- Travaux pratiques : mise en situation à partir d'un cas spécifique ou concret

Séquence 2 : 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 3 : Maîtriser les outils de communication et fédérer son auditoire pour motiver en interne

- Présenter sa stratégie et défendre ses idées
- Définir une stratégie relationnelle avec ses publics internes, externes et accompagner les équipes managériales dans le déploiement des projets : écouter, dire, faire ensemble
- L'impact du collaboratif et de l'interactif, le rôle des salariés relais, ambassadeurs et producteurs d'informations
- Mettre en oeuvre des dispositifs d'échanges, de dialogue et de participation
- 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 : 24/07/23 | V2 |
|---|--------------------|--------------------------|----|