

STRATÉGIE DE COMMUNICATION

PUBLIC Responsables d'agence, directeurs, ressources humaines, chefs d'équipes, attachés de presse, secrétaires de direction...

PRÉ-REQUIS Aucun

DURÉE 14 heures (2 jours)

OBJECTIFS La réussite d'une entreprise passe aussi par son image et sa communication externe et interne. Définir une stratégie de communication adaptée aux objectifs et aux moyens d'une entreprise réclame des compétences spécifiques. Il est indispensable de savoir auditer l'entreprise pour en maîtriser tous les aspects, ainsi que savoir mesurer les effets pour adapter en permanence la stratégie de communication

FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION : Attestation de fin de formation

BÂTIR LA STRATÉGIE EN COMMUNICATION

- Du projet général d'entreprise vers une stratégie de communication
- Définir les cibles et définir les actions opérationnelles

DÉFINIR LES ÉTAPES D'AUDIT DE COMMUNICATION

DE VOTRE ENTREPRISE

- Prendre en main les outils pour réaliser un diagnostic
- Analyser le contexte concurrentiel social et culturel
- Étudier le décalage entre la réalité de l'entreprise et l'image perçue
- Réaliser la matrice SWOT dédiée à la communication

INSTAURER LES ACTIONS DE COMMUNICATION

INFLUANT LA PERCEPTION DE DIFFÉRENTES CIBLES

- Comment choisir les actions pertinentes
- Réussir à respecter le message global de communication interne et externe

LE CONTEXTE : FAIRE FACE AUX CHANGEMENTS ET VARIATIONS

- Sondages et études régulières
- Anticiper et prévenir les risques éventuels
- Plan B : la communication de crise

CONSTITUER UN BILAN DES ACTIONS

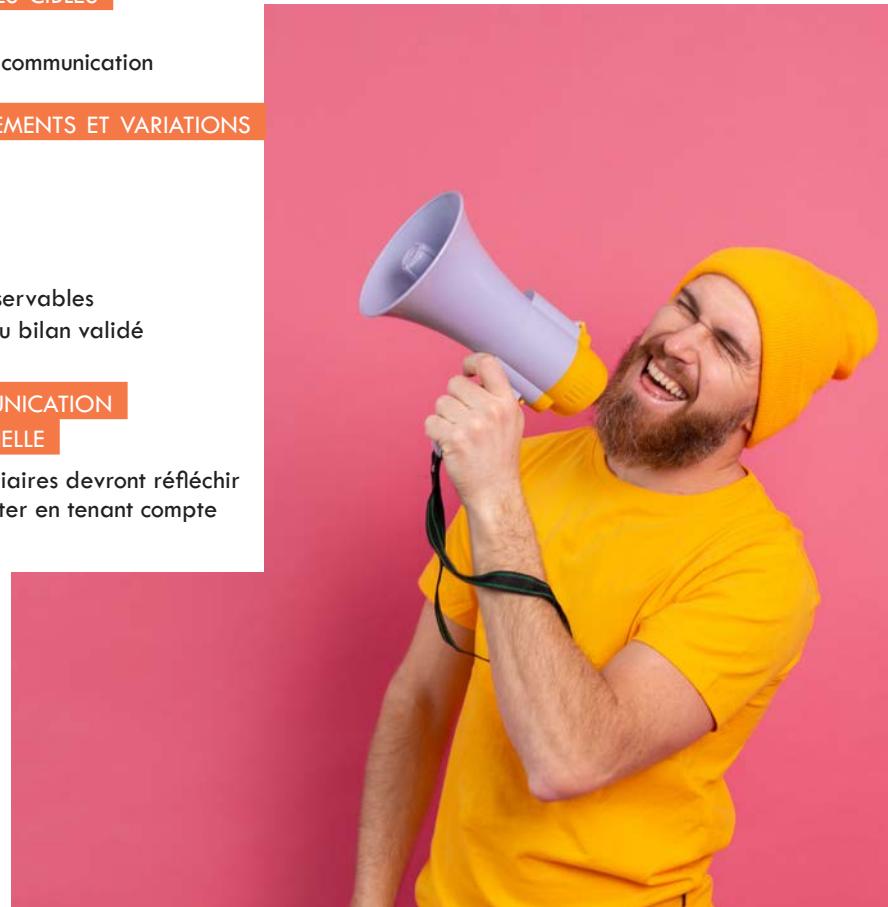
- Comment évaluer méthodiquement les observables
- Construire les préconisations en fonction du bilan validé

CAS PRATIQUE :

CONCEPTION DE STRATÉGIES DE COMMUNICATION

ET ÉLABORATION DE MATRICE DÉCISIONNELLE

- À partir de plusieurs cas concrets, les stagiaires devront réfléchir sur la stratégie de communication à adopter en tenant compte des objectifs prédéfinis



Lieu de la formation : 146 rue Paradis - **13006 Marseille** et en distanciel

Nombre de stagiaires (si en session) : 3 minimum - 12 maximum **Moyens pédagogiques :** 1 poste par stagiaire

1 Vidéoprojecteur - Plateforme E-learning **Modalités pédagogiques :** Alterne temps de présentation, d'échanges en groupe avec l'intervenant et réflexion personnelle **Modalités d'évaluation :** Cas pratique en continu avec évaluation par le formateur