

Plan de communication

BÂTISSEZ UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION EFFICACE !

Tout le monde s'accorde à reconnaître l'importance pour une organisation (entreprise, association, collectivité) de communiquer. Mais comment s'assurer que la stratégie de communication envisagée est la bonne ? Quelle méthodologie et quels indicateurs choisir ? Cette formation a pour vocation de permettre aux opérationnels - communicants, mais aussi managers et toutes personnes chargées de bâtir, suivre et évaluer une stratégie de communication - de se poser les bonnes questions pour définir les outils, actions, messages et indicateurs les plus pertinents au regard de leurs objectifs stratégiques. Cette formation-action permet aux stagiaires de bâtir leur propre plan de communication à la fois interne et externe.

OBJECTIFS

- **Bâtir une stratégie** de communication interne et externe adaptée aux objectifs stratégiques de l'organisation et aux attentes de ses publics
 - **S'assurer** de la pertinence de ses messages, axes de communication et choix de supports
 - **Professionaliser** sa communication interne / externe
 - **Sortir du «pilotage à vue»** et développer une vision stratégique de sa communication en l'engageant dans une démarche d'amélioration continue
- **Adapter** son dispositif de communication aux contraintes de l'actualité et saisir les opportunités offertes par les outils web 2.0
- **Anticiper** et **planifier** ce qui peut l'être pour mieux réagir face à l'imprévu

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Les fondamentaux d'un «plan de com»

- Objectif : garantir la pertinence, planifier, évaluer
- Méthodologie et pré-requis

Définition de l'image voulue de l'organisation

- Ses objectifs stratégiques
- Son triangle d'identité : valeurs, «concurrence», projets structurants

Identification et hiérarchisation des publics internes et externes

- Hiérarchisation des publics proches et éloignés et mesure / évaluation de leur perception de l'entité
- Conception d'indicateurs d'évaluation de perception
- Choix et rédaction des axes stratégiques de communication internes / externes

Point sur les outils : print, web, réseaux sociaux, événementiel, presse

- Apports et pertinence par rapport aux cibles et objectifs
- Budget, possibilités de mise en oeuvre et de suivi, indicateurs de résultat
- Evaluation de cas concrets

Choix des actions et outils de communication

- Elaboration du dispositif de communication interne / externe et du mix media / hors media
- Planification des actions / outils pouvant être anticipés
- Choix des indicateurs de résultat
- Finalisation et formalisation du plan de com'

RENSEIGNEMENTS ET INSCRIPTIONS



PUBLIC

Dirigeants de PME, responsables et chargés de communication

DURÉE 3 jours

TARIF

1 320 € T.T.C. / stagiaire
Intra-entreprise : nous consulter

LIEUX

Nîmes - Montpellier - Marseille - Lyon
(voir [planning](#) sur notre site)
Intra-entreprise : France

NOS ATOUTS

Une **formation-action** permettant aux stagiaires de travailler sur leurs propres enjeux

Une **expertise** pointue, à la fois **globale** (stratégie de communication, marketing) et **technique** (web 2.0, techniques de rédaction, connaissance des médias)