

Concevoir et déployer le plan de communication

Piloter et mettre en oeuvre ses actions de communication

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Évaluer les besoins de communication et établir un diagnostic.
- Élaborer un plan de communication cohérent avec la culture et la stratégie de l'entreprise.

INFORMATIONS



Durée : 2 jours / 14h



Horaires : 9h - 12h30 / 13h30 - 17h00



Nombre de participants : 3 à 10

Réf : 3020

POUR QUI

- Toute personne ayant à construire ou piloter un plan de communication.
- Aucun prérequis

PROGRAMME

Jour 1

1 - Identifier les grands principes de la communication

- Situer le rôle de la communication dans les organisations.
- Définir ses enjeux, ses acteurs, ses cibles.
- Cartographier ses parties prenantes.
- Identifier les outils de cadrage et de pilotage.
- Communiquer en adéquation avec sa stratégie.

2 - Définir les besoins de communication

- Découvrir les 3 étapes d'un audit de communication.
- Identifier les outils : SWOT, étude quanti/quali, etc.
- Définir les enjeux de l'e-réputation.

Jour 2

3 - Concevoir un plan de communication

- Définir cibles et objectifs SMART.
- Identifier les outils de communication les plus adaptés.
- Intégrer la communication responsable dans sa démarche.

4 - Planifier et budgéter les actions de communication

- Définir le calendrier et les moyens financiers et humains en fonction des priorités stratégiques.
- Piloter sa performance avec les indicateurs adaptés