

**Objectifs :**

Choisir les canaux de communication et les messages adaptés aux objectifs  
Piloter les plans d'actions et les adapter aux changements, notamment face à une crise  
Définir les indicateurs d'évaluation et de mesure des résultats

**Public concerné et prérequis :**

Cadres dirigeants ou responsables opérationnels en charge de la communication interne ou externe dans les entreprises, institutions ou organismes, privés ou publics, collectivités territoriales, associations, syndicats etc

**Qualification des intervenants :**

Formation animée par un consultant spécialisé

**Moyens pédagogiques et techniques :**

Vidéo-projecteur, Paper-board,  
Evaluation au début de la formation sur les attentes  
Théorie, Mises en situation, Cas Pratiques  
Exercices  
Support de cours envoyé par mail

**Durée, effectifs :**

14 heures.  
11 stagiaires.

**Programme :**

Concevoir la stratégie de communication  
Comprendre les mutations de la communication  
Quels sont les acteurs ? Comment considérer les opinions et l'opinion ? Quels sont les nouveaux outils ?  
Transposer la stratégie de l'entreprise en stratégie de communication  
Quelle est l'identité de sa propre entreprise et comment établir son positionnement en termes de communication ? Déterminez comment se structurent l'image, la réputation, la confiance.  
Analyser  
Études d'images, de tests qualitatifs à partir de cas concrets.  
Développer le plan de communication  
Transposer la stratégie de communication  
Quelles sont les étapes essentielles pour élaborer un plan de com' et définir les objectifs stratégiques ? Découvrez les clés pour positionner l'entreprise, en comprenant quelles sont les

cibles, le cœur de cible, les prescripteurs et de définir les messages à faire passer.

Sensibilisation à la conception d'une communication digitale

Comment intégrer le digital dans une stratégie pluri-médias ? Comment interagir avec les différentes communautés ?

Piloter le plan de communication

Traduire la stratégie en plan opérationnel

Quelles sont les actions de communication appropriées ? Il s'agit d'assurer une communication cohérente en définissant un budget et un planning cohérent.

Mesurer les résultats

Quels sont les indicateurs de résultats de la stratégie ? Mesurez la performance des différents outils de communication que vous avez utilisés.

#### **Modalités d'évaluation des acquis :**

Evaluation tout au long de la formation

Evaluation en fin de formation sur l'atteinte des objectifs

Evaluation à froid de 15 jours à 2 mois après la fin de la formation

#### **Sanction visée :**

Une attestation de stage et un certificat de réalisation seront remis à chaque participant

#### **Matériel nécessaire pour suivre la formation :**

Aucun

#### **Délais moyens pour accéder à la formation :**

Inscription maximum 3 semaines avant le démarrage de l'action

#### **Accessibilité aux personnes à mobilité réduite : Oui**

oui

#### **Tarif :**

520,00 €

#### **Taux de satisfaction de la formation :**

97.26