CONSTRUIRE UN PLAN DE COMMUNICATION EXTERNE PERCUTANT

Ref. SA38

La stratégie est le haut de la pyramide, mais aussi la base de toute action. C'est en définissant en amont les grands axes de communication et en organisant efficacement ses actions que la communication se professionnalise et atteint ses objectifs...

Durée :

2 jours (14 h.)

Les participants et leur pré-requis :

Dirigeants, responsables communication..., toute personne ayant en charge la communication externe de son entreprise et désirant améliorer et professionnaliser ses pratiques.

Notre intervenant :

Formatrice, Consultante Journaliste - conseil en communication externe

L'organisation :

Lieu : A déterminer Occitanie

Dates : à déterminer

Horaires : 08h30 17h00

Coût par participant :

670 € HT
(804 € TTC)

Renseignements et inscriptions :

Sabine ACCO

LES OBJECTIFS :

- Bâtir et mettre en oeuvre une stratégie de communication et un plan de communication percutants s'en approprier les techniques pour communiquer de manière performante.

NOTRE CHOIX PEDAGOGIQUE ET LES MODALITES D'EVALUATION:

Présenter les concepts, outils, techniques et méthodes permettant la construction d'un plan de communication externe percutant.
L'exposé théorique est étoffé par l'analyse d'exemples fournis par la formatrice.
Exercices pratiques à partir de sa propre com'externe.
Remise d'un document de cours aide-mémoire & Boîte à outils.
Coaching - mail après formation.

Evaluation qualitative et quantitative effectuée par les participants en fin de formation

LE CONTENU DE LA FORMATION :

- **Les bases de la communication dite « d'entreprise »**
  - Définition, intérêts, contexte.
  - Règles fondamentales.
- **Analyse de la communication actuelle de son entreprise**
  - Le management de la « com ».
  - Rôles et responsabilités du manager.
  - Gestion financière.
  - Planification.
  - Les Outils.
  - Identification des forces et des faiblesses des supports utilisés.
  - Emergence des axes d'optimisation.
- **Stratégie de communication...**
  - L'image de marque.
  - Les enjeux.

- Le mode de construction.
- Le cycle de vie...
- Construire son plan de communication.

Faire vivre ce plan de communication dans la durée

- Animations.
- Mutualisation de moyens.
- Mesures d'efficacité.

Réaliser concrètement des outils de com

- Choix du message.
- Choix du positionnement...