



BY ABILWAYS

FORMATIONS LONGUES

PERFECTIONNEMENT

Ref. : 3800019

Durée :
6 jours - 42 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 3390
€ HT

Code Dokelio : 031481

STRATÉGIE ET PLAN DE COMMUNICATION EXTERNE

Élaborer, mettre en oeuvre et piloter une stratégie de communication performante.

Intégrée dans la réflexion stratégique globale de l'organisation, la stratégie de communication définit les actions pour atteindre les objectifs fixés au niveau supérieur.

OBJECTIFS

- Comprendre les nouveaux enjeux de la communication.
- Auditer et faire un diagnostic de la communication.
- Définir une stratégie de communication.

- Concevoir son plan de communication.

- Mixer les ressources de la communication externe.
- Faire réaliser ses actions de communication et piloter des prestataires.

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

POUR QUI ?

Responsable et chargé de communication prenant leur fonction ou souhaitant prendre du recul sur leur métier.

PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

COMPÉTENCES ACQUISES

Auditer les ressources de communication pour définir une stratégie, concevoir un plan de communication, définir les objectifs opérationnels et les indicateurs de résultat et mettre en oeuvre et piloter le plan de communication.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

E-quiz amont
Présentiel
E-quiz aval

PROGRAMME

Module 1 : Définir une stratégie de communication

Comprendre les nouveaux enjeux de la communication

- Identifier les cinq grands "marchés" de la communication.
- Comprendre le triptyque de la communication : notoriété, image, réputation.
- Identifier le lien entre culture d'entreprise et communication.
- Évaluer l'impact du digital sur les systèmes de communication.

Auditer la communication de l'entreprise et faire un diagnostic d'image

- Recenser l'ensemble des moyens de communication.
- Évaluer l'efficacité des outils : ciblage, interactivité, rapidité de diffusion...
- Coupler les enquêtes qualitatives et quantitatives pour recenser les attentes et les besoins des cibles de communication.
- Établir la cartographie de ses actions auprès de ses cibles.
- Élaborer le tableau des forces et des faiblesses de sa communication.

Définir une stratégie de communication pertinente



Organisme qualifié par l'ISQ-OPQF



Membre de la FFP

CFPJ SAS - 35, rue du Louvre - 75002 PARIS
Tél. : +33 (0)1 44 82 20 00 - e-mail : serviceclient@cfpj.com
Siret 449 557 339 000 16

- Identifier le contexte, discerner les enjeux de l'entreprise et leur impact sur la communication.
- Définir une stratégie de communication globale adaptée au contexte et aux enjeux.
- Déterminer des axes de communication prioritaires.
- Choisir un positionnement et définir un territoire d'image cohérent avec l'identité de l'entreprise.
- Concevoir et formaliser un discours d'entreprise.
- Bâtir une cartographie de l'ensemble de ses publics cibles.
- Formaliser la stratégie de communication dans un document clair et convaincant.

Module 2 : Concevoir et formaliser son plan de communication

Appliquer une méthodologie en 10 étapes pour élaborer son plan de communication

- Décliner ses axes stratégiques de communication en objectifs.
- Segmenter, qualifier et définir le comportement attendu de ses publics cibles.
- Définir les objectifs opérationnels et les résultats attendus.
- Identifier les thèmes de communication.
- Formuler les messages à diffuser.
- Choisir les actions de communication à mettre en œuvre et les médias à utiliser en fonction du couple objectif/cible.
- Définir les indicateurs de réussite et les modalités d'évaluation d'atteinte des objectifs.
- Définir les budgets de communication.
- Établir le planning des actions.
- Formaliser son plan de communication de façon claire et synthétique pour en faire un outil de pilotage opérationnel.

Module 3 : Déployer ses actions et ses moyens de communication

Mixer les ressources de la communication externe

- Développer ses relations presse : connaître les règles et les outils des relations presse pour faire relayer efficacement ses messages à l'heure du digital.
- Utiliser le partenariat, le parrainage et le mécénat pour développer sa notoriété et valoriser son image.
- Renforcer les liens avec ses cibles par les relations publiques : manifestations, événements, salons.
- Choisir les médias adaptés à ses cibles : presse écrite, télévision, radio, affichage, web.
- Connaître les principes d'un plan média efficace pour optimiser ses ressources.
- Optimiser son site web pour en augmenter la fréquentation : référencement (SOE), responsive, interactivité.
- Développer une stratégie de communication sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter...), blogs, wikis...

Faire réaliser ses actions de communication et piloter des prestataires

- Rédiger des cahiers des charges et des briefs complets et clairs.
- Organiser des consultations efficaces et construire un panel de fournisseurs.
- Sélectionner les bons prestataires.
- Évaluer les propositions : définir et utiliser les bons critères.
- Utiliser les outils de la sémiotique pour justifier ses choix et ses refus.

INTERVENANTS

Paul COQUEREL

CAROLINE SAUVAJOL RIALLAND

MOYENS HUMAINS, TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique**



adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**. Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

LIEUX ET DATES

À distance

06 sept. au 19 oct. 2022

Paris

19 janv. au 17 mars 2022

13 avr. au 10 juin 2022

08 nov. au 21 déc. 2022

