



# Stratégie et plan de communication externe

Ref 3800019

## Stratégie et plan de communication externe

Formations longues

---

Perfectionnement	6 jours (42 heures)	Paris
------------------	---------------------	-------

---

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

## 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.

## Pour qui ?

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

**Code dokélio : 031481**

## Prérequis

Connaître les fondamentaux de la  
communication.

### Compétences acquises:

À l'issue de la formation, vous serez capable d'auditer les ressources de communication pour définir une stratégie, de concevoir un plan de communication, de définir les objectifs opérationnels et les indicateurs de résultat et de mettre en oeuvre et piloter le plan de communication.

## Programme

### 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

- 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.

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

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

### **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.

**2990€ HT**

## **Prochaines sessions**

### **Paris**

09 mai au 12 juil. 2019

09-05-2019

10-05-2019

11-06-2019

12-06-2019

11-07-2019

12-07-2019

12 sept. au 13 nov. 2019

12-09-2019

13-09-2019

10-10-2019

11-10-2019

12-11-2019

13-11-2019

[S'inscrire](#)

[Nous contacter](#)