



PILOTER UN PROJET DE COMMUNICATION DE A À Z

Un atelier interactif pour réaliser concrètement un projet de communication performant.

Concevoir son propre projet de communication en utilisant une méthodologie de travail que les participants appliquent sur toutes les étapes de leur projet qu'il soit interne ou externe : événement, campagne d'affichage, plaquette, relations publiques, relations presse, action de communication sur les réseaux sociaux.

FORMATIONS COURTES

INITIATION

Ref. : 3801219

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1410
€ HT

OBJECTIFS

- Définir des objectifs de communication et des indicateurs de résultat.
- Définir des actions, choisir les outils à mettre en œuvre.
- Établir budget et planning.
- Piloter, suivre et évaluer son action.

EVALUATION

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

POUR QUI ?

Responsables et chargés de communication.
Toute personne amenée à piloter un projet de communication.

PRÉREQUIS

Connaître les fondamentaux de la communication.

COMPÉTENCES ACQUISES

Concevoir, élaborer, piloter et évaluer un projet de communication.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

- E-quiz amont
- Présentiel
- E-quiz aval

PROGRAMME

Piloter un projet de communication de A à Z

Définir clairement son projet de communication

- Identifier le contexte et les enjeux du projet.
- Trouver la bonne idée de communication.
- Qualifier ses cibles et définir les comportements attendus.
- Définir des objectifs de communication concrets, mesurables et identifiables.
- Déterminer ses indicateurs de résultat.
- Choisir les modalités d'évaluation.

Concevoir le projet de communication et élaborer son plan d'action

- Choisir les moyens de communication à mettre en œuvre.
- Définir le ton, le style de son action conformément à l'image voulue de l'entreprise.
- Concevoir et formaliser les messages clés à diffuser.
- Budgéter son action : coût et temps passé.
- Établir son planning.
- Répartir les rôles et les fonctions des différents acteurs : pilotage et réalisation.
- Élaborer le plan d'action.

Réaliser ou faire réaliser l'action

- Rédiger un cahier des charges pertinent et précis.
- Recruter ses prestataires et organiser la consultation.





- Conduire un brief d'agence.
- Évaluer objectivement les propositions et sélectionner la meilleure.
- Piloter et suivre la réalisation de son projet.
- Évaluer les résultats de son projet.

INTERVENANTS

CAROLINE SAUVAJOL RIALLAND
SO COMMENT

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.

Les participants travaillent sur leurs propres projets de communication au cours d'un atelier interactif et repartent avec leur projet formalisé.

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

[Paris](#)

22 et 23 sept. 2022

05 et 06 déc. 2022

