



# Concevoir une stratégie de communication multicanale

Ref 3807019

## Concevoir une stratégie de communication multicanale

Formations courtes

---

Perfectionnement

3 jours (21 heures)

Paris

---

**Combiner efficacement les outils offline et online pour relever les défis d'une communication globale.**

## Objectifs

- Créer des synergies entre les outils offline et online pour relever les défis d'une communication globale.
- Concevoir une stratégie de contenus multicanale.
- Appliquer une stratégie multicanale à votre communication.

## Pour qui ?

## Prérequis

Responsable et chargé de communication.

**Code dokélio : 031665**

Connaître les fondamentaux du web.

### **Compétences acquises:**

À l'issue de la formation, vous serez capable de concevoir une stratégie de contenus multicanale et de l'appliquer à votre communication.

## **Programme**

### **Comprendre la logique de la communication multicanale intégrée**

- Comprendre les atouts d'une communication multicanale intégrée.
- Distinguer la communication multicanale, plurimédia, omnicanale, cross média et transmédia.
- Faire l'inventaire critique de ses canaux de communication et évaluer leur potentiel de multicanalité : publicité, parrainage, relations presse, relations publiques, événementiel, web, réseaux sociaux...
- Établir la cartographie de l'ensemble de ses ressources de communication.

### **Concevoir une stratégie multicanale**

- Définir sa stratégie de cible : cibles directes, influenceurs, relais d'opinion.
- Identifier les comportements attendus de ses publics cibles et les objectifs de communication : notoriété, image, influence, curation, relation, conversation, action...
- Définir les critères de choix des différents canaux : budget, nature et structure du public visé, adéquation aux objectifs de communication, messages et contenus.
- Établir la cartographie des messages et des contenus.
- Définir les points de contact entre les différents canaux de communication.
- Mettre en cohérence graphique et éditoriale ses différents canaux : territoire d'image, identité de marque.
- Choisir son canal de base et l'articulation avec les autres canaux.

### **Dégager des synergies entre les canaux de communication externe offline et online**

- Articuler ses contenus de communication entre moyens physiques et moyens digitaux pour optimiser la couverture, la viralité et le rebond.
- Identifier les complémentarités entre les différents canaux : audience et couverture,

amplification et répétition, comportement des cibles (savoir, aimer, agir), période d'action, vitesse de diffusion et viralité.

- Articuler réseaux sociaux et moyens de communication offline.
- Rendre multicanales ses actions de sponsoring, parrainage et mécénat pour développer sa notoriété et valoriser son image.
- Développer une communication événementielle multicanale en élargissant les cibles, et en segmentant les contenus.
- Connaître les spécificités des grands médias et leurs combinaisons avec les autres moyens de communication corporate : télévision, radio, presse, affichage, web.
- Développer une stratégie de relation presse multicanale.

**1800€ HT**

## Prochaines sessions

### Paris

01 au 03 avr. 2019

01-04-2019

03-04-2019

02 au 04 oct. 2019

02-10-2019

04-10-2019