



## Chargé de communication

Ref 3803119

### Chargé de communication

Formations longues

---

Approfondissement	21,5 jours (149 heures)	Paris
		Classe virtuelle

---

**Maîtriser les techniques rédactionnelles, l'organisation d'événements, les relations internes, externes et les relations presse.**

### Qu'est-ce qu'un chargé de communication ?

Le chargé de communication est un garant opérationnel de la stratégie de communication de l'entreprise. Il s'adresse aux cibles internes (collaborateurs, directeurs, représentants syndicaux...) et aux cibles externes avec les supports print (journal interne, notes, affiches...) et digitaux (newsletter, intranet, réseaux social interne, réseaux sociaux) de l'entreprise. La formation aborde les essentiels du plan de communication, les techniques d'écriture, les contenus rédactionnels spécifiques aux supports.

Il participe aux événements internes (vœux, visites de services, séminaires) et contribue ainsi aux bonnes conditions relationnelles de travail. Il est amené à travailler sur des événements externes (salons, meeting, portes-ouvertes). La formation permet de maîtriser l'organisation d'événements côté planning, commande, logistique et relations prestataires.

## Le chargé de communication et la presse

Il peut avoir à s'adresser aux médias, pour des relations presse simples ou en cas de crise. La formation permet de connaître le tissu médiatique online et offline, de travailler les outils des RP (communiqué de presse, dossier de presse), et aborde les techniques propres à la communication de crise. Véritable couteau suisse, le chargé de communication a le sens du contact et le sens des organisations. Il aime gérer plusieurs dossiers en même temps et plusieurs interlocuteurs. Il rédige aussi bien qu'il parle en public. C'est un facilitateur de relations humaines, créatif et dynamique.

Frais de dossier: 49,00 € TTC.

### Objectifs

- Mettre en place un plan d'action.
- Réussir sa prise de parole.
- Maîtriser ses communications écrites.
  
- Se former aux fondamentaux du secrétariat de rédaction.
- Relire et corriger un papier.
- Illustrer et titrer.
  
- Communiquer avec les médias.
- Construire un dossier de presse.
- Intégrer les fondamentaux du droit de la presse et de l'image.
  
- Évaluer ses actions de communication.
- Travailler avec un prestataire.
- Mettre en place son plan de communication.
  
- Adapter son contenu aux réseaux sociaux.
- Appliquer les bases du référencement naturel.
- Enrichir son contenu textuel.
  
- Mesurer l'impact des communautés sur sa communication.
- Définir une stratégie communautaire.
- Construire et développer ses communautés.
- Animer ses communautés.

- Identifier les bons réflexes pendant la crise.
- Travailler son image post crise.
- Atténuer l'impact d'une crise en se préparant.

## Pour qui ?

Toute personne amenée à produire du contenu pour un site web.

**Code dokélio : 11271**

## Prérequis

Connaissance de base des techniques rédactionnelles traditionnelles.

### **Compétences acquises:**

À l'issue de la formation, vous serez capable de préparer et réussir vos actions de communication, d'écrire et éditer pour le papier et le web, de développer vos relations médias et de gérer une crise.

## Programme

### **Mettre en place un plan d'action : les 6 premières étapes**

- Savoir analyser une commande.
- Réaliser un audit de la communication et une analyse du contexte.
- Poser un diagnostic.
- Bien formuler sa problématique.
- Définir son objectif général.
- Choisir des cibles pertinentes.

### **Réussir sa prise de parole**

- Avant, préparer la forme et le fond.
- Pendant, augmenter sa capacité à intéresser les écoutants.
- Après, mettre en place une analyse pour progresser.

### **Maîtriser ses communications écrites**

- Maîtriser les techniques d'écriture informative : message essentiel, structuration, angles, titre, style.
- Choisir son vocabulaire : chasser les formules creuses et les redondances.

- Faciliter la lecture.
- Optimiser l'interactivité.

### **Se former aux fondamentaux du secrétariat de rédaction**

- Respecter les règles de mise en pages.
- Cerner le fonctionnement de l'œil.

### **Relire et corriger un papier**

- Choisir et mettre en forme des articles.
- Simplifier les phrases, le vocabulaire.
- Raccourcir le texte sans le dénaturer.
- L'ABC du code typographique.

### **Illustrer et titrer**

- Soigner les photos et les encadrés.
- Trouver le bon équilibre dans la page.
- Les titres et légendes.
- Organiser l'interactivité avec les lecteurs.

### **Intégrer les règles de la communication avec les médias**

- Connaître l'univers des médias et leurs spécificités.
- Identifier les attentes et les méthodes de travail des journalistes.
- Créer un réseau de correspondants, le gérer.

### **Rédiger de meilleurs communiqués de presse**

- Intégrer les règles incontournables.
- Identifier les nouvelles exigences.

### **Construire un dossier de presse efficace**

- Se poser les bonnes questions.
- Éviter les fautes impardonnables.

### **Intégrer les fondamentaux du droit de la presse et de l'image**

- Les limites de la liberté d'expression.
- L'exercice du droit de réponse.
- Les droits d'auteur, le droit à l'image.

### **Préparer les évaluations des actions de communication**

- Mettre en place des outils de contrôle et créer des indicateurs.

- Réaliser des reportings, les présenter à sa hiérarchie ou aux autres services.

### **Mettre en place son plan de communication : les 7 dernières étapes**

- Définir son objectif par cible : la méthode du SMART.
- Ajuster son message par cible.
- Décliner les outils / actions par cible.
- Réaliser les fiches action.
- Mettre en place son rétroplanning.
- Affiner son budget.
- Choisir ses outils d'évaluation en fonction de son objectif.

### **Travailler avec des prestataires internes et externes**

- Sélectionner ses prestataires externes.
- Choisir ses fournisseurs, contrôler leur réalisation.
- Travailler en équipe, faire la liaison entre les différents acteurs.
- Suivre une planification, établir un budget.
- Lire et suivre un brief.

### **La rédaction web**

- De l'écriture journalistique à l'écriture web.
- Définir la rédaction web et ses enjeux.
- L'infobésité au cœur d'internet.
- Les supports de rédaction : du site web / blog aux réseaux sociaux.

### **Le contenu est roi**

- Le contenu : la base de la visibilité sur internet.
- Maîtriser la structure d'un contenu adapté au web.
- Les nouvelles tendances de la rédaction web.
- Créer une stratégie de contenu.

### **Les fondamentaux du SEO**

- Connaître les principaux algorithmes de Google.
- Comment Google interprète-t-il le contenu ?
- Maîtriser les fondamentaux du référencement naturel / SEO.
- Adapter son contenu aux réseaux sociaux et à ses différentes cibles.
- Analyser la portée du contenu au travers des réseaux sociaux Facebook, Twitter et LinkedIn.
- Analyser son positionnement sur le web.

## **Écrire et adapter des articles existants**

- Structurer et optimiser ses articles : cas pratiques.
- Concevoir son maillage interne et ses liens sortants.
- Décliner les différents types de publications : contenu de fond, snacking content, brève, interview, reportage.
- Adapter son contenu aux multiples devices et écrans : Smartphone, tablette, desktop...
- Enrichir et diversifier son contenu : infographies, photos, vidéos, son...

## **Utiliser des techniques d'écriture adaptées pour un site web**

- Construction d'un site web : les pages et les articles.
- Structure et arborescence des contenus sur un site web.
- Les outils et plugins indispensables.
- Rédaction d'un article optimisé sur WordPress : exercice.
- Rédiger une charte éditoriale.

Pour aider à formaliser son mémoire et préparer sa soutenance.

## **Intégrer la notion de communauté et mesurer ses enjeux**

- Savoir ce qu'est-ce qu'une communauté et à quoi elle sert.
- Déterminer les impacts du web social sur l'identité individuelle, sur la relation marque-consommateurs, sur l'image des marques.
- Mesurer l'importance des communautés sur le web.
- Identifier les nouvelles tendances introduites par le web collaboratif.

## **Définir sa stratégie communautaire**

- Créer sa communauté ou profiter des communautés existantes.
- Déterminer quels types de relations développer.
- Piloter son image au sein des communautés.
- Profiter du potentiel démultiplicateur des communautés.
- Optimiser ses investissements online grâce aux communautés.

## **Construire et développer sa communauté**

- Planifier les étapes de sa création.
- Définir les valeurs de sa communauté.
- Impliquer ses collègues : les enjeux.

## **Animer sa communauté sur internet, améliorer sa cohésion**

- Respecter les principes fondamentaux : transparence, implication, partage, audience.
- Identifier les outils, les fonctionnalités à mettre à la disposition de sa communauté.

- Faire des membres existants des relais d'information.
- Lancer des sujets permettant de susciter le débat ou le partage d'expériences et relancer la discussion.
- Assurer la fidélisation des membres à travers l'organisation d'événements.

### **Savoir reconnaître la crise**

- Du risque à la crise.
- Mettre des mots sur les enjeux.

### **Identifier les bons réflexes pendant la crise**

- Les outils de base de la gestion de crise.
- La prise de parole pertinente et audible.
- La gestion de sa communication numérique.

### **Travailler son image post crise**

- En interne.
- En externe.

### **Se préparer aux crises à venir pour en atténuer l'impact pour l'organisation**

- Préparer une base d'outils.
- Mettre en place ses relations publiques de crise.

Présentation du projet individuel devant les membres du jury.

**La soutenance** d'une durée de 30 minutes a lieu devant un jury composé du formateur référent, d'un représentant du CFPJ et d'un professionnel extérieur.

- Présentation de ce que vous avez mis en place.
- Analyse des difficultés rencontrées et comment vous y avez remédié.
- Échanges avec votre formateur et vos pairs sur la mise en pratique des nouvelles compétences acquises.

**8120€ HT**

## **Prochaines sessions**

### **Paris**

04 sept. 2019 au 19 juin 2020

04-09-2019

06-09-2019

02-10-2019

04-10-2019

04-11-2019

06-11-2019

09-12-2019

11-12-2019

13-01-2020

15-01-2020

31-01-2020

31-01-2020

12-02-2020

14-02-2020

16-03-2020

17-03-2020

18-03-2020

18-03-2020

19-06-2020

19-06-2020