



CHARGÉ DE COMMUNICATION

Maîtriser les techniques rédactionnelles, l'organisation d'événements, les relations internes, externes et les relations presse en tant que chargé de communication.

Le chargé de communication a pour mission de diffuser une image positive de l'entreprise, de ses activités, de ses projets ou de ses hommes. Il est l'homme-orchestre qui applique et coordonne la politique de communication. Selon la taille, le budget communication et la stratégie de la structure dans laquelle il évolue, son champ d'actions est plus ou moins large.

Sur les 2 dernières années : taux de réussite 89% et taux d'abandon 11% (niveau insuffisant, compétences non acquises).

FORMATIONS LONGUES

PERFECTIONNEMENT

Ref. : 3803119

Durée :
21,28 jours - 149 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 8540
€ HT
Particulier : 6910 € TTC

Code Dokelio : 11271

OBJECTIFS

Réussir et évaluer ses actions de communication.
Construire et développer ses communautés.
Gérer une crise.

EVALUATION

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

POUR QUI ?

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

PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la communication.
Connexion internet, oreillettes/casques micro, webcam.

COMPÉTENCES ACQUISES

Préparer et réussir ses actions de communication, écrire et éditer pour le papier et le web, développer ses relations médias et gérer une crise.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants
E-quiz amont
Présentiel
E-quiz aval

PROGRAMME

Préparer et réussir ses actions de communication : les fondamentaux

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

- 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.
- Réaliser un événement présentiel et distanciel réussi

Se former aux fondamentaux du secrétariat de rédaction

- Respecter les règles de mise en page.
- 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.

Développer de bonnes relations avec les médias

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.

Finaliser son plan de communication, évaluer et externaliser les actions de communication

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.

Écrire pour le web

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.

Classe virtuelle : préparation à la soutenance (à distance, 1 heure)

Pour aider à formaliser son mémoire et préparer sa soutenance.

Les fondamentaux du community management

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.

Communication de crise

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.
- Soutenance devant un jury professionnel
- 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.
- Cours à distance : retour d'expérience (à distance, 1 heure)
- 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.

INTERVENANTS

Anne-Sophie BROUSSEAU

Consultante
ITG CONSULTANTS

Agnès de FEO
Sasana Productions

Laurent BOUR
Laurent BOUR

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.

Analyse de traitements éditoriaux, exercices d'écriture, adaptation d'articles.

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.

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

LIEUX ET DATES

Paris

28 sept. 2022 au 07 juil. 2023

30 nov. 2022 au 28 août 2023

20 févr. au 30 nov. 2023

