



STRATÉGIE DE COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

Acquérir des outils et des méthodes pour piloter l'identité et valoriser l'image de son institution.

Outils de construction de la notoriété de l'entreprise, la stratégie et le plan de communication donnent sens et cohérence à la multiplicité des actions de communication : relations publiques, relations médias, publications externes et internes, site Internet... mais également aux relations mises en place entre la multitude d'acteurs concernés et notamment les parties prenantes. Réussir sa communication dépend de la manière dont sont définis sa stratégie et son plan de communication, l'approche de ses cibles et la sélection des informations transmises.

FORMATIONS COURTES

EXPERTISE

Ref. : 3990219

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1520
€ HT

Code
Dokelio AF_0000040440
:

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux et les principes de la communication institutionnelle.
- Auditer les dispositifs et définir une stratégie.
- Définir des objectifs opérationnels et les indicateurs de résultat.

EVALUATION

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

POUR QUI ?

Responsables et chargés de communication.
Toute personne en charge de la communication institutionnelle.

PRÉREQUIS

Maîtriser les fondamentaux de la communication.

COMPÉTENCES ACQUISES

Positionner la fonction communication, auditer les dispositifs et définir une stratégie, définir des objectifs opérationnels et les indicateurs de résultat.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

E-quiz amont
Présentiel
E-quiz aval

PROGRAMME

Stratégie de communication institutionnelle

Comprendre les enjeux et les principes de la communication institutionnelle

- Connaître les spécificités de la communication institutionnelle.
- Définir une communication globale pour soutenir les communications opérationnelles, coordonner les communications de l'entreprise et anticiper sur les situations de crise.
- Trouver l'adéquation entre les valeurs de l'entreprise et les attentes sociétales.

Définir l'identité corporate

- Définir des valeurs cohérentes avec l'identité et porteuses de sens.
- Définir le prisme d'identité de l'entreprise : physique, caractère, imaginaire, mentalisation, relation, valeurs.
- Choisir un positionnement clair et différenciant, l'exprimer dans une signature corporate.
- Définir des attributs d'image et choisir un territoire d'image voulue crédible et différenciant.





- Concevoir et formaliser son discours : crédo, vocation, ambition, ancrage et bénéfice.

Concevoir un référentiel d'identité

- Traduire l'image voulue dans le ton et le style de ses communications.
- Choisir un code typographique, iconographique et sémantique.
- Faire évoluer son logo conformément à l'image voulue.
- Formaliser l'ensemble de ces outils dans un référentiel d'identité.

Mettre en œuvre une stratégie de communication institutionnelle

- Choisir un champ de communication : développement durable, éthique, environnement, citoyenneté.
- Connaître les principales ressources de la communication institutionnelle pour mettre en scène les valeurs et le discours de l'entreprise.
- Utiliser les outils pour développer la visibilité : identité visuelle, plaquette et site web.
- Utiliser les outils pour développer sa notoriété et valoriser son image : parrainage et mécénat, communication événementielle, publicité institutionnelle.

Concevoir et formaliser son plan de communication

- Décliner ses axes stratégiques en objectifs.
- Segmenter, qualifier et définir le comportement attendu de ses publics cibles.
- Définir les objectifs opérationnels et les résultats attendus.

INTERVENANTS

Frédéric FAU
Signes & Sens

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.

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

À distance

07 et 08 déc. 2022

Paris

05 et 06 oct. 2022

09 et 10 févr. 2023

Marseille

07 et 08 déc. 2022

