

Référence	COM2023 – Mise à jour Septembre 2023
Durée	Sur mesure
Pédagogie	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Apports théoriques</li> <li>● Partage d'expérience</li> <li>● Etude de cas</li> <li>● Formation réalisée par une formatrice spécialiste de la communication et de la communication numérique</li> </ul>
Public Visé	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Cadres, responsables opérationnels en charge de la communication interne ou externe</li> <li>● Managers en charge des missions de communication</li> </ul>
Animateur / Formateur	Adeline Pramil
Prérequis	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Bonne maîtrise de la langue française</li> </ul>
Lieu	Dans nos locaux, sur site ou en FOAD

## 1 Objectifs / Finalités

- Créer une stratégie de communication multicanal
- Choisir les canaux de communication
- Piloter les plans d'action et les modifier si besoin, par exemple dans le cas d'une crise
- Evaluer et moduler les actions en fonction des résultats

## 2 Thématiques

### **Concevoir les stratégies de communication**

- Comprendre les évolutions de la communication
- Connaître les acteurs, les opinions, les outils de communication
- Créer une stratégie conforme à celle de l'entreprise et établir un positionnement adapté
- Valiser l'image, la réputation et le e-réputation
- Réaliser des études, des tests... à partir de cas concrets.

### **Mettre en oeuvre le plan de communication**

- Les étapes essentielles pour créer un et mettre en oeuvre un plan de communication adapté aux objectifs
- Positionner son entreprise, comprendre les cibles, les cœurs de cible, les prescripteurs, les communications principales

## **Communication digitale**

- Intégrer le digital dans une stratégie omni-canaux sans couture
- Interagir avec les communautés et les réseaux sociaux

## **Pilotage de plan de communication**

- Créer un plan opérationnel reprenant les actions de communication appropriées
- Créer une communication cohérente en définissant un budget adapté à la stratégie et au positionnement produit
- Créer et mesurer les indicateurs de stratégie. Mesurer la performance des différents outils de communication.

## 3

## Evaluations

- Evaluation pratique sur cas concret tout au long de la formation
- Remise d'une attestation de fin de formation avec détail des notions abordées et les items validés durant la formation.