

Module : 3

STRATEGIE DE COMMUNICATION

Accompagnement personnalisé et plan d'action

Durée : 5 jours

30 heures soit 6 heures par jour

Tarif : 700€ HT/jour

Objectifs

Nous vous proposons un accompagnement personnalisé pour booster votre visibilité en développant un concept ou une idée forte pour guider votre communication. Nous analysons vos outils, et nous travaillons avec vous sur la recherche d'un concept, d'une idée, d'une stratégie de communication. De la recherche de l'idée jusqu'à la réalisation d'un plan d'action structuré. Possibilité de scinder les jours de formation.

Public concerné

Entreprises, Entrepreneurs, responsables communication/marketing, freelances, ou professionnels souhaitant communiquer efficacement.

Financement

Possibilité de financer votre formation par votre OPCO. Possibilité de financer votre formation par votre OPCO et l'AGEFICE.

Organisme de formation Performance RH certifiée Qualiopi.

Prérequis

Formation privée personnalisée pour garantir la confidentialité.

Jusqu'à 2 personnes de la même entreprise.

Moyens pédagogiques et organisationnels

Formation animée par un formateur expert en stratégie de communication.

Accueil en salle équipée d'un ordinateur par participant.

Alternance entre explications théoriques, démonstrations pratiques et exercices supervisés.

Mise à disposition de supports pédagogiques et modèles.

Évaluation des acquis

Évaluation continue à travers des exercices pratiques et études de cas.

En fin de stage : questionnaire de satisfaction, attestation de fin de formation, plan d'action

Points Forts du Module :

Chaque entreprise bénéficie d'un accompagnement personnalisé, avec une réflexion adaptée à ses besoins spécifiques. La formation repose sur un travail concret, permettant une application directe des concepts abordés à la stratégie de communication de l'entreprise ou au projet du participant. Interactive, elle propose une vision globale allant du diagnostic initial jusqu'à la mise en œuvre opérationnelle.

Programme détaillé

Jour 1 : Analyse et diagnostic de la communication existante

- Présentation de l'entreprise ou du projet des participants.
- Échanges pour identifier les problématiques et les besoins spécifiques.
- Réalisation d'un audit des pratiques de communication actuelles (forces et faiblesses)
- Définir des objectifs de communication clairs et mesurables (méthode SMART).
- Segmenter et comprendre les audiences cibles.

Travaux pratiques

Détermination des objectifs personnalisés et de la trame stratégique.

Jour 2 : Définir le concept et l'axe de communication

- Définir un positionnement unique pour l'entreprise ou le projet.
- Travailler sur le storytelling : comment raconter une histoire autour de la marque.
- Identifier les valeurs clés et élaborer des messages porteurs.
- Développer une identité de marque cohérente et engageante.

Travaux pratiques

Atelier créatif : brainstorming et validation d'un concept de communication fort.

Jour 3 : Élaboration du plan de communication et choix des outils

- Établir un plan de communication détaillé : objectifs, actions, et échéances.
- Choisir les canaux adaptés (digitaux et traditionnels) :
 - Réseaux sociaux, campagnes publicitaires, événements, relations presse.
- Élaborer un calendrier éditorial pour structurer les actions.
- Préparer un budget prévisionnel et allouer les ressources efficacement.

Travaux pratiques

Construction d'un plan de communication détaillé incluant les objectifs, canaux et messages.
Création d'un calendrier éditorial simple pour une campagne à venir.

Jour 4 : Mise en œuvre de la stratégie

- Étapes clés pour mettre en place le plan de communication.
- Techniques pour maximiser l'impact des actions de communication.
- Méthodes pour suivre et analyser les résultats.

Travaux pratiques

Simulation : mise en œuvre des premières étapes d'une stratégie sur un cas pratique.
Analyse d'exemples réels pour comprendre les leviers d'amélioration.

Jour 5 : Présentation et ajustement de la stratégie

- Présentation des stratégies élaborées par l'entreprise :
- Ajustements pour répondre aux besoins spécifiques identifiés.
- Conseils pour une mise en œuvre réussie et pérenne.
- Réflexion sur les prochaines étapes et la stratégie long terme.

Travaux pratiques

Présentation finale d'une stratégie complète et personnalisée.
Élaboration d'un guide d'actions à court et moyen.