



ORGANISME DE FORMATION AUX TECHNOLOGIES ET METIERS DE L'INFORMATIQUE

Formation Les clés de la communication d'entreprise

N° ACTIVITÉ : 11 92 18558 92

TÉLÉPHONE : 01 85 77 07 07

E-MAIL : inscription@hubformation.com

La communication d'entreprise permet de diffuser les informations stratégiques aux collaborateurs et aux acteurs externes. Ce stage vous apprendra quels supports et actions de communication choisir en fonction de vos objectifs. Vous aborderez également la communication électronique et l'utilisation des réseaux sociaux.

Objectifs

- | Connaître les principes et objectifs de la fonction communication
- | Déterminer les étapes d'un plan de communication
- | Identifier la stratégie éditoriale d'un site Internet
- | Acquérir des notions de base sur les réseaux sociaux
- | Identifier les règles de rédaction d'un message clair et impactant

Public

| Collaborateurs déjà en poste ou évoluant vers un poste de responsable d'un service communication, toute personne souhaitant développer la notoriété de leurs services ou de leurs entreprises.

Prérequis

| Aucun

Programme de la formation

Cerner les missions et enjeux de la fonction communication

- | Définir la communication d'entreprise.
- | Répertoire les objectifs et les métiers de la communication.
- | Délimiter le périmètre d'intervention de la fonction communication.
- | Déterminer les cibles internes et externes.
- | Echanges Réflexion collective sur les objectifs de la fonction communication.
- Cartographie des clients internes et externes.

Connaître les différents types de communication et leurs outils

- | Distinguer différents types de communication : relation presse, relations publiques, communication de crise...
- | Appréhender les différentes actions de communication et leurs objectifs respectifs.
- | Connaître les outils et supports de la communication orale, écrite, audiovisuelle, électronique...
- | Exercice Quiz sur les types et outils de communication.

Cerner les étapes d'un plan de communication

- | Se positionner par rapport à la stratégie de l'entreprise et définir des objectifs de communication.
- | Dresser un diagnostic de la communication existante.
- | Répertoire les cibles et les outils de sa communication.
- | Faire un planning : étapes indispensables, points de vigilance...
- | Travaux pratiques Réaliser une ébauche d'un plan de communication.

Référence	CLO
Durée	2 jours (14h)
Tarif	1 520 €HT
Repas	repas inclus

SESSIONS PROGRAMMÉES

A DISTANCE (FRA)

du 22 au 23 septembre 2025

du 20 au 21 novembre 2025

PARIS

du 15 au 16 septembre 2025

du 13 au 14 novembre 2025

[VOIR TOUTES LES DATES](#)

Animer un site Web ou un intranet

- | Définir une politique éditoriale.
- | Organiser l'animation des sites.
- | Gérer le contenu et les informations à diffuser.
- | Etude de cas Etudes de différentes politiques et chartes éditoriales.

Intégrer les réseaux sociaux dans une stratégie de communication

- | Connaître les principales caractéristiques du Web 2.0.
- | Générer des pics de fréquentation et atteindre ses cibles.
- | Découvrir des outils d'aide à la gestion des médias sociaux.
- | Etude de cas Etude de bonnes pratiques de communication sur les réseaux sociaux.

Connaître les principes de rédaction des messages essentiels

- | Définir les objectifs et le public-cible de son message.
- | Connaître les règles de base pour rendre ses messages percutants.
- | Evaluer la pertinence, la clarté et l'impact de ses messages.
- | Travaux pratiques Rédiger des messages essentiels pour alimenter une newsletter, un journal ou un site Web.

Méthode pédagogique

Chaque participant travaille sur un poste informatique qui lui est dédié. Un support de cours lui est remis soit en début soit en fin de cours. La théorie est complétée par des cas pratiques ou exercices corrigés et discutés avec le formateur. Le formateur projette une présentation pour animer la formation et reste disponible pour répondre à toutes les questions.

Méthode d'évaluation

Tout au long de la formation, les exercices et mises en situation permettent de valider et contrôler les acquis du stagiaire. En fin de formation, le stagiaire complète un QCM d'auto-évaluation.

Suivre cette formation à distance

Voici les prérequis techniques pour pouvoir suivre le cours à distance :

- | Un ordinateur avec webcam, micro, haut-parleur et un navigateur (de préférence Chrome ou Firefox). Un casque n'est pas nécessaire suivant l'environnement.
- | Une connexion Internet de type ADSL ou supérieure. Attention, une connexion Internet ne permettant pas, par exemple, de recevoir la télévision par Internet, ne sera pas suffisante, cela engendrera des déconnexions intempestives du stagiaire et dérangera toute la classe.
- | Privilégier une connexion filaire plutôt que le Wifi.
- | Avoir accès au poste depuis lequel vous suivrez le cours à distance au moins 2 jours avant la formation pour effectuer les tests de connexion préalables.
- | Votre numéro de téléphone portable (pour l'envoi du mot de passe d'accès aux supports de cours et pour une messagerie instantanée autre que celle intégrée à la classe virtuelle).
- | Selon la formation, une configuration spécifique de votre machine peut être attendue, merci de nous contacter.
- | Pour les formations incluant le passage d'une certification la dernière journée, un voucher vous est fourni pour passer l'examen en ligne.
- | Pour les formations logiciel (Adobe, Microsoft Office...), il est nécessaire d'avoir le logiciel installé sur votre machine, nous ne fournissons pas de licence ou de version test.
- | Horaires identiques au présentiel.

Accessibilité



Les sessions de formation se déroulent sur des sites différents selon les villes ou les dates, merci de nous contacter pour vérifier l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite.

Pour tout besoin spécifique (vue, audition...), veuillez nous contacter au 01 85 77 07 07.