



ORGANISME DE FORMATION AUX TECHNOLOGIES ET METIERS DE L'INFORMATIQUE

Formation Élaborer et suivre son plan communication

N° ACTIVITÉ : 11 92 18558 92

TÉLÉPHONE : 01 85 77 07 07

E-MAIL : inscription@hubformation.com

Cette formation vous permettra de maîtriser le cycle de votre stratégie de communication : du diagnostic à la formulation des objectifs, de la construction du plan à la mesure des actions de communication.

Objectifs

- | Réaliser un diagnostic de communication
- | Définir les publics cibles des actions de communication
- | Développer le mix-communication
- | Construire et présenter son plan de communication
- | Planifier et mesurer les actions de communication

Public

| Responsables et membres des services Communication souhaitant acquérir une vision globale de la fonction, et toute personne impliquée dans la mise en oeuvre d'une campagne de communication.

Prérequis

- | Aucun

Programme de la formation

Cerner les enjeux de la communication

- | Identifier les différents types de plans.
- | Maîtriser les étapes successives de la construction d'un plan de communication.
- | Exercice : Echanges sur les fondamentaux de la communication : ses évolutions, les acteurs.

Etablir un diagnostic de communication

- | Analyse de l'existant : outils, moyens, freins, blocages.
- | Analyse : forces et faiblesses de l'entreprise.
- | Analyse de la concurrence et du contexte.
- | Evaluation de l'image perçue et de la notoriété.
- | Exercice : Construction d'un guide d'entretien et d'une analyse SWOT.

Formuler des objectifs mesurables

- | Définir les objectifs en fonction des publics ciblés.
- | Rédiger les messages à décliner : les règles et usages.
- | Bâtir et coordonner la stratégie de communication.
- | Etude de cas : Définir des objectifs de communication et les messages associés.

Déterminer les publics cibles

- | Etude et segmentation des publics internes et externes.
- | Détermination des publics prioritaires.
- | Positionnement de l'image et des messages clés.
- | Etude de cas : A partir d'un contexte donné, réaliser un diagnostic de communication et formuler une stratégie.

| | |
|-----------|---------------|
| Référence | ESC |
| Durée | 2 jours (14h) |
| Tarif | 1 590 €HT |
| Repas | repas inclus |

SESSIONS PROGRAMMÉES

A DISTANCE (FRA)

du 16 au 17 juin 2025

PARIS

du 2 au 3 juin 2025

AIX-EN-PROVENCE

du 16 au 17 juin 2025

BORDEAUX

du 16 au 17 juin 2025

LILLE

du 16 au 17 juin 2025

LYON

du 16 au 17 juin 2025

NANTES

du 16 au 17 juin 2025

SOPHIA-ANTIPOLIS

du 16 au 17 juin 2025

STRASBOURG

du 16 au 17 juin 2025

TOULOUSE

du 16 au 17 juin 2025

[VOIR TOUTES LES DATES](#)

Choisir le bon mix-communication

- | Choisir et optimiser les types d'actions possibles.
- | Actions de communication interne, relations presse, publicité, événementiel...
- | Organiser le mix-communication.
- | Etude de cas : Choix des critères et mise en place de la stratégie de mix-communication.

Présenter le plan de communication

- | Définir le déroulement opérationnel.
- | Présenter le plan de communication.
- | Négocier le budget de communication.
- | Exercice : Arbitrer entre les outils de communication et identifier les arguments clés pour négocier le budget.

Planifier et budgéter les actions

- | Etablir le calendrier des actions et définir les responsabilités.
- | Organiser la prise en charge.
- | Construire des matrices de décision.
- | Bâtir le budget prévisionnel et organiser son suivi.
- | Calculer les ratios coût/efficacité.
- | Etude de cas : Construire des indicateurs de performance et un calendrier d'actions. Chiffrer les ressources.

Contrôler et suivre les actions de communication

- | Mettre en place des outils d'évaluation.
- | Evaluer et mesurer les résultats.
- | Adapter le plan aux aléas conjoncturels.
- | Exercice : Remise d'une check-list des actions de suivi.

Méthode pédagogique

Construction de son plan de communication. Pédagogie active centrée sur le partage d'expériences.

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.