

L'objectif de cette formation est de vous fournir les outils et les méthodes nécessaires pour développer une stratégie de communication efficace, adaptée à votre environnement et à vos enjeux.

A l'issue de la formation, les participants auront acquis une solide connaissance pour une stratégie de communication réussie qui repose sur plusieurs étapes clés : l'audit et l'analyse de la communication actuelle de votre structure, la définition des objectifs, l'identification de la cible, le choix des canaux de diffusion, la définitions de messages clés, le déploiement avec la planification du calendrier des actions, jusqu'à la gestion de crise, la détermination du budget et la mesure de l'impact.

En suivant ces étapes clés et en faisant preuve de créativité et de rigueur, vous serez en mesure de développer une stratégie de communication efficace, qui contribuera au succès de votre organisation.

Objectifs.

- Réaliser l'audit et l'analyse de la communication actuelle
- Définir des objectifs SMART et identifier les cibles
- Choisir les canaux de communication et les messages adaptés aux objectifs
- Piloter les plans d'actions et les adapter aux changements, notamment face à une crise
- Définir le budget et les indicateurs d'évaluation et de mesure des résultats



Publics.

- Cadres dirigeants
- Responsables opérationnels en charge de la communication
- Managers en charge de missions de communication

Durée.

7 demies journées - soit 20h

Participants.

5 max.

Pré-requis.

Formation ouverte à tous sans condition de diplôme.

Plan de formation .

Introduction

- Stratégie de communication : Outil de pilotage pour les responsables communication
- Présentation générale des 7 Étapes Clés d'une Stratégie de Communication

Les 7 étapes en détail

- Stratégie de Communication : Analyse et objectifs
- Choisir les bons canaux de communication pour sa stratégie
- Construire des Messages Percutants
- Déploiement et pilotage de la Stratégie de Communication
- Identifier les ressources et déterminer un budget prévisionnel

- Ajuster les Plans d'Actions d'une Stratégie de Communication face aux changements
- Définir les Indicateurs de Mesure pour une Stratégie de Communication

Exercices à chaque étape :

- Diagnostic de la communication actuelle
- Mapping des canaux
- Création de messages clés
- Élaboration d'un plan stratégique
- Création d'un calendrier éditorial et estimation budgétaire
- Gestion de crise en situation réelle
- Création d'un tableau de suivi des performances

Méthodes & modalités pédagogiques.

- Apports théoriques et méthodologiques
- Mises en situation
- Échanges d'expérience

Modalités d'évaluation.

- **Avant la formation** : évaluation des besoins effectuée sous forme d'un échange avec le Responsable pédagogique.
- **Pendant** : des mises en situation sont proposées au(x) participant(s) afin de tester leur apprentissage.
- **Après** : un questionnaire est à renseigner afin de connaître votre niveau de satisfaction.

Suivi.

A tout moment, votre formateur/rice est disponible aux horaires d'ouverture de l'organisme de formation ou par mail : formation@addictic.fr.

Moyens.

Un ordinateur et une connexion internet.

Dates & Lieux.

Présentiel dans votre entreprise ou distanciel.

Contactez-nous pour connaître les prochaines dates.

Délai d'accès.

Prévoyez un mois.

Tarif et financement.

4375 €HT

Contactez-nous pour connaître les modalités de prise en charge éventuelle.

Accessibilité.

Formation accessible aux personnes à mobilité réduite. Pour toute autre situation de handicap contactez notre service formation.

Votre formatrice.

Déborah MORINEAU // Cheffe de projet

10 ans d'expérience en agence conseil en communication.

Force vive et moteur dans une équipe, j'apporte tout mon engagement, mon expérience et mes compétences pour obtenir le meilleur d'une équipe et la satisfaction client. Au service d'un collectif et pour développer une ambition commune, j'aime relever les défis proposés par nos clients.

< Depuis Octobre 2021 > Cheffe de Projet, Addictic

Stratégie de communication & Marketing
Études et recherches sectorielles
Mesures et analyses de résultats
Définition, déploiement et organisation d'un plan Com & Média
Campagnes digitales (blog & Médias sociaux)
Organisation, coordination et gestion d'événements
Gestion de projets Print et Digitaux
Intégration de contenus sur sites web / SEO & SEA
Définitions et gestion cibles + parcours sur interfaces web
Formations clients (plateformes & outils)

< 2011 – 2021 > Cheffe de Projet, L&B Synergie



Formations et diplômes :

- Master 1 Communication Corporate des entreprises
(École de la communication et des Médias SciencesCom - Nantes : 2011)
- Bachelor Communication
(École de la communication et des Médias | SciencesCom - Nantes : 2010)
- BTS communication et stratégie d'entreprise
(Institutions Notre Dame La Riche : 2009)
- Baccalauréat Général | filière Littéraire - Option Cinéma d'Art & Essais
(Lycée Bellevue - Le Mans, Beaugency : 2007)