



S.3 – Définir son plan de communication annuel

100% clients
2022 satisfaits

Donnez du sens et de la cohérence à vos actions de communication ! Découvrez une méthodologie rigoureuse pour maîtriser le cycle de la communication et faire vivre votre communication tout au long de l'année sur tous les canaux.

Objectifs

- Réaliser le diagnostic de communication
- Définir ses objectifs et les publics cibles des actions de communication
- Développer le mix-communication : quel message, quel canal, quel moment
- Construire le plan de communication
- Planifier et mesurer les actions de communication

Contenu pédagogique :

- **Cerner les enjeux de la communication** : les missions, les différents types de plans. Les étapes de la construction d'un plan de com'. Les fondamentaux de la communication : ses évolutions, les acteurs.
- **Etablir un diagnostic de communication** : Analyse de l'existant : outils, moyens, freins, blocages. Forces et faiblesses de l'entreprise. Concurrence et contexte. Image perçue et de la notoriété. Analyse SWOT, *autodiagnostic de l'existant*
- **Déterminer les publics et formuler des objectifs mesurables** : Etude et segmentation des publics internes et externes. Détermination des cibles prioritaires. Définir les objectifs en fonction des publics ciblés. Positionnement de l'image et des messages clés. *Définir des objectifs de communication et les messages associés.*
- **Choisir le bon mix-communication** : Les différents médias. Choisir et optimiser les types d'actions possibles. Organiser le plan éditorial : site internet et réseaux sociaux.
- **Construire le plan de communication** : Définir le déroulement opérationnel. Planifier et budgérer les actions. Etablir le calendrier, définir les responsabilités, évaluer les ressources. Suivre et mesurer les actions. *Réaliser le calendrier, tableau des indicateurs, check liste suivi.*

2 formules

- Atelier partagé > 5 x 3,5h – Plusieurs entreprises : 1 475 €/pers
- You & me > 17,5h – Juste votre entreprise : 2 425 € pour 1 à 2 pers

Public Dirigeant, commercial, communication et ou marketing, demandeur d'emploi, créateur d'entreprise.

Organisation pédagogique

- **Prérequis** : Etre à l'aise avec internet.
- **Lieu & horaires** : Sur site client ou en salle extérieure. 9h-12h30 et 13h30-17h
- **Organisation pédagogique** : Présentiel intra-entreprise ou inter-entreprises, en continu ou discontinu
- **Moyens Pédagogiques** : Exposés, suivis de travaux d'application accompagnés, collectifs ou individuels sur des situations concrètes. Remise de supports et aide-mémoire conçus pour faciliter l'après formation
- **Moyens Techniques** : wi-fi et vidéoprojecteur. Apporter son PC portable ou sa tablette
- **Encadrement** : formateur professionnel diplômé Bac +5
- **Suivi d'exécution** : Feuille de présence par demi-journée et remise d'attestation de fin de formation
- **Moyens d'évaluation** : Recueil des attentes et besoins à l'inscription, test de positionnement, évaluation écrite des acquis, recueil des appréciations