

Créer ou optimiser sa stratégie de communication

2 j (14 heures)

Ref : CEAE

Public

Toute personne en charge de la communication de son entreprise

Pré-requis

Aucun

Moyens pédagogiques

Formation réalisée en présentiel ou à distance selon la formule retenue
Questionnaire préalable de positionnement
Nombreux exercices pratiques et mises en situation, échanges basés sur la pratique professionnelle des participants et du formateur, formation progressive en mode participatif
Vidéoprojecteur, support de cours fourni à chaque stagiaire

Modalités de suivi et d'évaluation

Feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur
Exercices de mise en pratique ou quiz de connaissances tout au long de la formation permettant de mesurer la progression des stagiaires
Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de stage
Auto-évaluation des acquis de la formation par les stagiaires
Attestation de fin de formation

Objectifs

- Diagnostiquer les forces et les faiblesses de sa communication actuelle
- Optimiser sa communication sur le fond et la forme
- Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie de communication entreprise

Programme détaillé

LE SCHEMA DE LA COMMUNICATION

LE DIAGNOSTIC DE COMMUNICATION

LE FOND

Objectifs de communication

Positionnement

Cible

Ton

LES OUTILS

Le hors média (affiches, salons, événements, mailing, prospectus,...)

Les médias (presse, cinéma, tv, radio, internet)

Le digital et les réseaux sociaux : identification et rôles. Les indicateurs de résultat

LA FORME

La symbolique des couleurs,

La typographie,

Les sens de lecture,

Le rôle des visuels,

L'identité,

La rédaction de l'accroche et du message.

Le sens de lecture et la hiérarchisation.

DIAGNOSTIC DE SES ACTIONS DE COMMUNICATION
