



www.orrea.net



Présentiel   
Distanciel   
Multi Modalités

# DEVELOPPER SA COMMUNICATION D'ENTREPRISE

FF-COMM 001  
MAJ 01.2024 – V2.0



## Public visé

Responsables et membres des services Communication et toute personne impliquée dans la mise en œuvre d'une campagne de communication.



## Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Définir et mettre en œuvre un **plan de communication interne et externe**
- Acquérir **une méthodologie éprouvée** permettant l'élaboration complète d'un plan de communication interne et/ou externe
- Réaliser une étude de cas globale
- Définir et exploiter des outils adaptés et opérationnels **d'animation et de communication** auprès des équipes, tant sur le plan groupal qu'individuel



## Modalités et techniques pédagogiques

- Recueil des besoins et attentes des stagiaires
- Questionnaires de positionnement (management, communication, gestion du temps...)
- Réflexion collective / brainstorming
- Analyse des pratiques professionnelles



## Qualification intervenant(e)s

Les formateurs disposent des compétences professionnelles, techniques, pratiques et théoriques en rapport avec le domaine des connaissances concernées, et ont la capacité de les transmettre.



## Méthode et modalités d'évaluation

- Questionnaire de recueil des besoins en amont
- Quizz de connaissances
- Attestation de formation



## Accès à la formation

- Ouverture de session à tout moment, sur demande
- 12 stagiaires maximum par session
- Lieux : Inter (accès PMR) – Intra (en entreprise)
- Accessibilité Handicap
- Demandez notre Référente Handicap : Coraline HELEINE



## Tarifs de la formation

- Tarifs Intra : 900 € nets de toutes taxes par jour pour un groupe de 10 à 12 personnes
- Tarifs Inter : 450 € nets de toutes taxes par jour



## Pré-requis

Pas de pré-requis nécessaire



## Parcours pédagogique

### Rôle et objectifs de la communication d'entreprise

- L'élaboration de la stratégie de communication de l'entreprise : Pourquoi faire un plan de communication ?

### Analyser l'existant

- Diagnostic : étude du contexte interne et externe  
Analyse : forces et faiblesses
- La culture et la personnalité de l'entreprise : son positionnement au sein de la politique de communication et dans l'élaboration du plan

### Définir les objectifs

- Définition des objectifs de communication interne et externe en fonction des publics
- Les différents messages à décliner

### Recenser et hiérarchiser les publics cibles

- Etude et segmentation des publics internes et externes
- Détermination des cibles prioritaires

### La définition du plan d'actions

- Les différents types d'actions et d'outils : journal interne, plaquette, Intranet, convention, publicité, relations publiques, parrainage, réseaux sociaux, ... ?
- Le séquençage des actions et leur articulation dans le temps

### L'exécution du plan de communication : facteurs clés du succès, écueils à éviter

- L'engagement de la direction  
Une nécessaire cohérence
- Budgéter son plan de communication : évaluation des coûts et préparation du budget
- Les arbitrages nécessaires
- Présenter et défendre son budget

### Mettre en œuvre le plan de communication

- Du constat de départ à la stratégie proposée
- Les étapes de la mise en œuvre
- Le déroulement opérationnel
- Elaboration et équilibrage du planning

### Contrôler et suivre les actions

- Les critères d'évaluation
- La mise en place d'outils d'évaluation



## Durée

- 3 jours soit 21h