

Élaborer une stratégie de communication externe et bâtir la communication de l'entreprise; optimiser son efficacité par rapport aux objectifs définis par le plan stratégique et/ou marketing; inscrire le plan de communication dans une démarche d'amélioration continue.



Bâtir un plan de communication externe efficace

PROGRAMME

Établir un diagnostic de la communication de l'entreprise

- L'audit de communication
- Recenser l'ensemble des ressources de communication de l'entreprise
- Identifier les sources, les circuits, les délais, les fréquences des dispositifs d'information
- Réaliser le bilan des actions menées
- Évaluer l'efficacité des dispositifs et des outils
- Recenser les attentes et les besoins des cibles de communication
- Établir les axes d'amélioration prioritaires et les points forts à maintenir

Concevoir et rédiger le plan de communication externe

- Définir les objectifs de communication
- Identifier et hiérarchiser les cibles
- Préciser le (ou les) message(s) suivant les objectifs et les cibles
- Connaître les canaux et supports de communication
- Établir l'opportunité et les freins

à l'utilisation de chacun

- Être au fait de l'actualité et des tendances nouvelles en matière de communication (nouveaux comportements, nouveaux outils et supports, nouvelles techniques)

- Savoir sélectionner les outils de communication adaptés à ses objectifs et cibles

- Définir le calendrier et les moyens à allouer en fonction des priorités

Mise en œuvre du plan de communication externe

- Mobiliser l'entreprise autour du plan
- Optimiser la collaboration avec les agences de communication
- Déterminer des indicateurs de suivi pertinents
- Critères d'évaluation
- Mise en place d'outils d'évaluation
- Préparation du plan suivant



Le profil des participants

Toute personne chargée d'élaborer et de mettre en place un plan de communication externe

Les prérequis

Notions de base en marketing

Modalités pédagogiques

Apports théoriques et méthodologiques, application à sa propre situation



Points forts de la formation

Application directe possible à l'issue de la formation



Les profils des intervenants

Corinna STOCKY
Enseignant-Chercheur
Marketing et Développement commercial

Tarifs

3 jours (21 heures)

Code formation
STIM 101

950 €HT



Dates sur demande



À Beauvais



Offert



Nous consulter

Formation assurée à partir de 5 participants
Date limite d'inscription :
15 jours avant le début de la session



**Plus d'informations
auprès du responsable
formation continue :**

Agnès Sylvano | 03 44 06 76 05
agnes.sylvano@unilasalle.fr