



Sylvette DACHE
Audit - Conseil – Formation QUALITÉ & RH
www.oneperformance.fr

Formation Stratégie de communication Pilote de la communication interne et externe

Prérequis : aucun

Public concerné : toutes fonctions

Délais : 2 semaines dès la signature du devis

Modalités : dans vos locaux ou en distanciel

Nombre de participants maxi : 6 personnes

Durée : 2 jours soit 14 heures

Tarif : 1900 € net de taxe

Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation vous serez capable de :

- Faire un diagnostic de votre service communication
- Définir une stratégie de communication
- Mettre en place des outils de pilotage pour atteindre les objectifs

Méthodes mobilisées

Support power point, documents, cas pratiques, partage d'expériences et de bonnes pratiques.

Modalités d'évaluation

- Évaluation des acquis par un questionnaire
- Enquêtes satisfaction stagiaires et entreprise
- Feuilles d'émargement
- Attestation de formation individuelle

Accessibilité aux personnes en situation de handicap : si vous êtes porteur d'un handicap, contactez-moi pour étudier les possibilités d'adaptation de la formation

Formatrice : Sylvette Dache, consultante et formatrice en organisation du travail, communication et développement des ressources humaines, expérience de responsable marketing, communication, Qualité et RH

Contact : Sylvette DACHE – 06 48 80 96 41
sdache@oneperformance.fr

Programme

1. Réaliser un audit du service communication

- Les outils de communication existants
- Les actions de communication interne et externe

2. Définir une stratégie de communication

Traduire la stratégie de l'établissement en axes et objectifs de communication :

- La vision, la raison d'être, la stratégie
- Les enjeux internes et externes
- Les valeurs à promouvoir
- Les parties prenantes, leurs besoins et attentes

3. Bâtir un plan de communication interne, externe

A partir de la stratégie de communication

- Définir et articuler les axes, les objectifs, les cibles, les outils et canaux de diffusion, les rôles et responsabilités, les délais et fréquences.
- Établir un plan de communication évolutif

4. Construire un tableau de bord

Afin d'évaluer l'atteinte des objectifs :

- Choisir des indicateurs de mesure pertinents
- Choisir des outils pour identifier la perception des parties prenantes

5. Piloter la communication

- Suivre et analyser les résultats
- Déterminer les actions de communication
- Faire évoluer le plan de communication
- Mettre en place un plan d'actions

6. Reporting à la Direction

- Réaliser un bilan du processus communication
- Déterminer des préconisations
- Présenter une synthèse à la direction

Le 28 mai 2021