

Votre contact

Christelle COUE-ROBELIN
05 49 61 20 66
couec@poitou.ifrb.fr

Durée

2,00 jour(s) en 1 + 1
14:00 heures

Public

Dirigeant d'entreprise, personnel de direction, assistante... en charge de la communication dans l'entreprise de Bâtiment.

Pré-requis

Participer à la définition/mise en œuvre de la stratégie de l'entreprise.

Moyens pédagogiques et supports

Méthode pédagogique dite active.
Apports théoriques (diaporama).
Chaque participant complétera les outils d'audit de communication et rédigera son propre plan d'actions de communication.

Un support de formation sera remis à tous les participants à l'issue de la formation.

Profil de l'Intervenant

Consultant-formateur en communication d'entreprise.
15 ans d'expérience dans la communication média et événementielle.
Gérante de l'agence Synergie communication depuis 12 ans.
Titulaire d'un master en management et communication.

Informations complémentaires

Objectifs de la formation

Utiliser des outils pour « mesurer » la notoriété et améliorer l'image de son entreprise

Objectifs pédagogiques

Définir ses marges de progression en termes de notoriété et d'image

Construire un questionnaire de satisfaction

Définir un plan d'actions propre à l'entreprise

Comment « mesurer » une notoriété ? Comment savoir quelle image vous véhiculez ? Cette formation vous permettra d'analyser vos marges de progression pour ensuite affiner votre identité, votre stratégie d'entreprise et optimiser votre communication.

Contenu

Jour 1

Comprendre les enjeux d'une stratégie d'entreprise et de communication :

- Les fondamentaux de la communication
- La notion de culture d'entreprise
- La définition du SWOT : étude de vos produits et services face au marché

Rappel des notions de notoriété et image

Les différentes étapes d'un audit de communication

- Diagnostic de votre communication actuelle : temps forts, outils
- Définition de votre prisme identitaire : valeurs, cibles...

Jour 2

Quand et pourquoi réaliser des études sur vos marchés ? Par quel moyen ?

Comment administrer un questionnaire ?

Présentation des principaux supports de communication internes et externes (les 5 grands médias, le marketing direct, l'événementiel...)

Savoir définir et organiser ses actions de communication en lien avec la stratégie d'entreprise :

- Cibles, messages, outils de communication adaptés
- Aller à l'essentiel dans vos choix en lien avec votre budget

Critères et modalités d'évaluation

A l'issue de la formation, les participants seront invités à évaluer les apports de la formation et l'atteinte des objectifs pédagogiques à l'aide d'un questionnaire.

