

EVALUER L'EFFACITÉ DE SA COMMUNICATION ET METTRE EN PLACE UN PLAN D'ACTION PERFORMANT

Ref : COMM-PLA1-240

Page 1/2



LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- . Lister les différents éléments qui s'intègrent dans une communication d'entreprise
- . Décrire l'impact des outils de communication sur l'activité de l'entreprise
- . Reproduire un modèle de calendrier éditorial et commercial
- . Importer les événements commerciaux, sportifs et culturels importants
- . Différencier les étapes d'un plan de communication
- . Rédiger ses messages avec des accroches commerciales

PUBLIC CONCERNÉ

La formation s'adresse à tout gérant d'entreprise ou salarié désireux perfectionner sa communication d'entreprise en mettant en place un plan d'action performant.

PRE-REQUIS ET POSITIONNEMENT

Cette formation ne nécessite pas de compétences particulières mais il est conseillé d'avoir déjà mené à bien une campagne de communication. Un questionnaire de positionnement aura lieu avant le début de formation dans le but d'adapter le rythme, le contenu et les exercices pratiques associés.

DUREE ET ORGANISATION

La formation s'organise en 6 sessions pour une durée totale de 24 heures. L'effectif de stagiaires est basé sur un format de 1 à 8 personnes maximum. La formation se déroule en présentiel. Suivant le cas de figure, elle peut avoir lieu sur le lieu de l'entreprise du client ou dans une salle de formation prévue à cet effet.

ENCADREMENT

La formation sera assurée sous le contrôle de COLOMAR Thibaut, diplômé d'un certificat professionnel auprès de la FFP et répondant à la norme de Qualité Qualiopi.

SUIVI ET EVALUATION

L'évaluation des acquis du stagiaire se fait par l'intermédiaire de Quizz, d'exercices pratiques ou de contrôle continu. A la fin de la formation, il sera remis au stagiaire une attestation de stage et des supports de cours (papier ou numérique). Le stagiaire sera soumis à un questionnaire d'évaluation à chaud sur le déroulement de la formation (locaux, formateur, supports utilisés...). Le suivi concernant la mise en pratique et les bénéfices des éléments vus en formation sera effectué par le formateur dans les 3 mois qui suivent la fin de l'action de formation.

OUTILS ET METHODE PEDAGOGIQUES

Les outils utilisés pendant la formation sont les suivants : Paperboard, vidéoprojecteur, diaporama et supports papiers (exercices, support de cours).



DATES ET LIEU DE FORMATION :

Communiqués sur la convention de formation



Durée : 24 heures



Groupe : de 1 à 8 personnes



CONTACT

COLOMAR Thibaut

weboffice.formation@gmail.com

06 27 71 72 43

Service administratif

contact@web-office-formation.com

EVALUER L'EFFACITÉ DE SA COMMUNICATION ET METTRE EN PLACE UN PLAN D'ACTION PERFORMANT

Ref : COMM-PLA1-240

Page 2/2

CONTENU DE LA FORMATION

A DIAGNOSTIC DE LA COMMUNICATION EN PLACE

- Lister les différents éléments qui s'intègrent dans une communication d'entreprise
- Décrire l'impact des outils de communication sur l'activité de l'entreprise
- Décrire l'impact des outils digitaux sur l'activité de l'entreprise
- Créer un rapport structure pour préparer de plan d'action a suivre

B CRÉER ET METTRE EN PLACE UN CALENDRIER COMMERCIAL

- Reproduire un modele de calendrier editorial et commercial
- Importer les evenement commerciaux, sportifs et culturels importants
- Recenser les actions et evenements locaux qui concerne son entreprise
- Lister les actions commerciales saisonnieres a mettre en place

C FONDAMENTAUX DE LA COMMUNICATION

- Différencier les étapes d'un plan de communication
- Choisir une documentation adaptée en fonction de la cible visée
- Lister les elements fondamentaux d'une identité visuelle
- Choisir les outils indispensables a la creation de son indentite visuelle