



## Programme de formation

---

# AUDIT ET STRATEGIE DE COMMUNICATION GLOBALE

---

### Public visé :

- Dirigeants d'entreprises, artisans, commerçants
- Chargé(e) de communication
- Toute personne amenée à prendre en charge la stratégie de communication ou définir l'organisation d'un service de communication

### Les objectifs sont :

- Cette formation consiste à auditer et définir la stratégie de communication globale.
- Acquérir les bases pour concevoir une stratégie de communication globale.
- Piloter et évaluer la stratégie de communication de manière performante

### Prérequis :

Personne ayant le pouvoir décisionnaire (financier et stratégique)

### Durée :

Le cycle de formation se compose d'une partie théorique ainsi que d'une partie pratique adaptée aux problématiques de l'entreprise.

La durée de cette formation est de :

- Deux jours (14 heures) dans les locaux du client
- Quatre jours (28 heures) d'accompagnement et de suivi par le formateur (selon l'importance de la mise en place de la stratégie).

### Déroulé de la formation :

#### JOUR 1

#### Découvrir et comprendre la communication actuelle de l'entreprise

- Lister les moyens mis en œuvre (internet, réseaux sociaux, print, radio, affichage 4/3, flocage véhicules, cartes de visite, plaquettes d'entreprise, outils mis à disposition des commerciaux...)
- Etudier les besoins et la volonté de développement de l'entreprise à terme (court, moyen et long)
- Evaluer l'image réelle et perçue de l'entreprise (selon le public visé)



## JOURS 2 ET 3

### Comment réaliser un diagnostic de communication

- Analyser le contexte concurrentiel
- Diagnostiquer les forces et faiblesses de la communication actuelle

### Poser la problématique de communication

- Tirer des conclusions du diagnostic de communication et dégager des axes stratégiques
- Savoir faire des choix, établir des priorités en fonction des contraintes (temps, budget, ressources)
- Emettre des préconisations pour optimiser le ROI et l'image de la société

## JOURS 4 ET 5

### Comment concevoir une stratégie de communication

- Définir des objectifs stratégiques et opérationnels de communication, des objectifs mesurables
- Identifier, analyser et gérer les publics cibles
- Définir le territoire de communication (zone de chalandise)

### Apprendre à optimiser la mise en œuvre de la stratégie de communication

- Piloter avec des moyens performants (Internet, Powerpoint, etc.), choisir des indicateurs de mesure pertinents (par rapport à la concurrence actuelle)
- Evaluer l'impact de la communication pour réadapter la stratégie
- Dynamiser la stratégie de communication en intégrant les solutions à envisager.

## JOUR 6

### Maîtriser sa stratégie de communication

Présenter la stratégie de manière communicante afin de mieux la « vendre »

- Hiérarchiser les priorités et la faisabilité à court, moyen et long terme
- Définir la mise en place de cette stratégie (nommer les référents chargés de chaque thème de la stratégie)
- Adapter la stratégie de communication aux évolutions de contexte
- Instaurer un audit régulier de votre communication et réaliser son évaluation pour savoir si la stratégie est cohérente dans le temps (ex : évolution de la concurrence, du personnel, des supports de communication...)
- Maîtriser les différentes étapes de la conception de la stratégie de communication



## A PROPOS DE LA FORMATION

### **Moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement**

Les stagiaires apporteront leurs propres documents : outils de communication, brochures, etc.

Ils auront l'opportunité de travailler sur leur propre problématique et bénéficieront de conseils personnalisés.

La formation sera réalisée sur la base de supports Powerpoint (+ vidéoprojecteur), ateliers si besoin.

### **Profil de l'intervenant**

La formation sera assurée par David Charconnet, Gérant expérimenté en audit et stratégie de communication, veille concurrentielle depuis plus de 10 ans.

Il répondra à l'ensemble des questions émises par les stagiaires durant la formation.

### **Suivi et évaluation**

Les stagiaires seront évalués en cours et en fin de formation.

Des exemples de stratégies de communication seront présentés à terme, avec interpellation des participants sur l'élaboration et la mise en œuvre de ces cas.

Des études de cas à partir des situations vécues par les participants seront également abordées.

### **Validation formation**

A l'issue de cette formation, il vous sera remis une attestation de stage.