

STRATÉGIE DE COMMUNICATION

LES FONDAMENTAUX DE LA COMMUNICATION : DÉFINIR SA STRATÉGIE

Descriptif de formation

Définir la(les) problématique(s) et la stratégie de communication qui en découle. Analyser l'existant et réaliser un audit des besoins en communication et le SWOT (force et faiblesse / opportunité et menace) de l'entreprise. Segmenter les cibles et les messages. Définir le positionnement de l'entreprise.

Objectifs de formation

Développer une vision claire des enjeux de la communication d'entreprise. Être en mesure de bâtir sa stratégie de communication.

A qui s'adresse cette formation ?

Responsable communication interne, externe ou globale. Cadre en charge de la communication interne, externe ou globale. Chargé(e) de communication. Responsable des relations publiques, des relations presse. Conseiller en communication. Chargé d'information. Chargé de relations publiques. Attaché de presse.

Prérequis

Avoir besoin de piloter des projets de communication.

DURÉE : 3 JOURS - 21H.

CONCEVOIR ET DÉPLOYER LE PLAN DE COMMUNICATION

Descriptif de formation

Définition des outils de communication (médias et hors-médias - cross canal). Évaluation du budget. Élaboration du planning et évaluation des retombés et du retour sur investissement (ROI). Acquérir la méthodologie pour concevoir et évaluer des actions de communication (KPIs indicateurs de performances).

Objectif de la formation

Se repérer dans le panorama des outils de communication existant (print et digital). Choisir et piloter des prestataires extérieurs. Acquérir la méthodologie bâtir un plan de communication et évaluer les retombés des actions de communication média et hors médias.

A qui s'adresse cette formation ?

Responsable communication interne, externe ou globale. Cadre en charge de la communication interne, externe ou globale. Chargé(e) de communication. Responsable des relations publiques, des relations presse. Conseiller en communication, chargé(e) du budget en agence. Chargé d'information. Chargé de relations publiques. Attaché de presse.

Prérequis

Avoir besoin de piloter des projets de communication.

DURÉE : 3 JOURS - 21H.

Témoignage client

Desjeux Créations sait répondre à nos besoins, sait s'adapter et est réactif ! Merci à Desjeux Créations pour son écoute, son travail et sa réponse personnalisée à nos attentes !

Flora Bodineau Université Catholique de l'Ouest - Assistante SGF et Chargés de Cours - Faculté des Humanités.

RÉUSSIR EFFICACEMENT VOS SUPPORTS IMPRIMÉS (PRINT) :

Descriptif de formation

Comprendre la chaîne graphique pour vos impressions physiques : rédiger un cahier des charges, faire un appel d'offre, analyser un devis, suivre la fabrication. Comprendre qui sont les intervenants dans ce processus de création & de fabrication (rédacteur, photographe, dessinateur, directeur artistique, graphiste, flasheur, imprimeur, façonnier, livreur...)

Objectif de la formation

Identifier les outils et les méthodes pour suivre la réalisation d'un document imprimé la communication. Disposer des clés nécessaires pour travailler efficacement avec les professionnels de la communication d'entreprise, les agences et les free-lances. Être maître d'oeuvre d'un outil de communication de l'idée au projet finalisé et imprimé.

A qui s'adresse cette formation ?

Managers fonctionnels ou opérationnels devant contribuer à des projets de communication ou passer commande au service de la communication ou à une agence. Chef de projet devant piloter un volet communication ou travailler avec la fonction communication. Tout collaborateur en charge d'un projet de communication sans être un professionnel de la communication. Chargé(e) de communication. Responsable des relations publiques, des relations presse. Conseiller en communication, chargé(e) du budget en agence. Chargé d'information. Chargé de relations publiques. Attaché de presse.

Prérequis

Avoir besoin de piloter des projets de communication.

DURÉE : 3 JOURS - 21H.

RÉUSSIR EFFICACEMENT VOS SUPPORTS NUMÉRIQUES (DIGITAL) :

Descriptif de formation

Comprendre la chaîne graphique numérique pour la réalisation de votre site internet : rédiger un cahier des charges, faire un appel d'offre, analyser un devis, suivre le développement et comprendre le référencement (SEO et SEM) et les outils de mise à jour de votre site web. Comprendre qui sont les acteurs du web et leur langage (développeur, fournisseur d'accès internet, hébergeur, référenceur SEO et SEM...)

Objectif de la formation

Identifier les outils et les méthodes pour suivre la réalisation d'un document digital de la communication. Disposer des clés nécessaires pour travailler efficacement avec les professionnels de la communication d'entreprise, les web/digital agency, les développeurs free-lances. Être maître d'oeuvre d'un outil de communication de l'idée au projet finalisé et mis en ligne.

A qui s'adresse cette formation ?

Managers fonctionnels ou opérationnels devant contribuer à des projets de communication ou passer commande au service de la communication ou à une agence. Chef de projet devant piloter un volet communication ou travailler avec la fonction communication. Tout collaborateur en charge d'un projet de communication sans être un professionnel de la communication. Chargé(e) de communication. Responsable des relations publiques, des relations presse. Conseiller en communication, chargé(e) du budget en agence. Chargé d'information. Chargé de relations publiques. Attaché de presse.

Prérequis

Avoir besoin de piloter des projets de communication.

DURÉE : 3 JOURS - 21H.