

Communication et stratégie

Articuler son plan de communication pour des actions efficaces

En préambule

Communiquer pour des institutions, associations, ou collectivités locales, communiquer pour une campagne de recrutement ou encore dans le cadre d'une communication sociale ou bien de crise : **ces types de communication mettent en œuvre des stratégies spécifiques.**

Comprenez les enjeux et maîtrisez la communication de votre entreprise...

Posez-vous les bonnes questions et coordonnez vos supports et moyens de communication.

Il est donc primordial pour vous d'**identifier les processus de la mise en place de VOTRE stratégie de communication !**

-

Cette formation est accessible en présentiel ou à distance.

-

Pré-requis

Avoir des connaissances de base dans le domaine de la communication.

Durée

Programme sur un total de 6 heures soit 1 jour.

Objectif

Savoir mettre en œuvre une stratégie de communication externe en définissant les cibles, les objectifs et le positionnement.

Méthodologie

Cette intervention repose sur un apport théorique accompagné d'exercices concrets basés sur des études de cas réels.

Mode d'évaluation

Vous serez évalué sur la définition d'un plan d'action, ainsi que sur le contenu du programme de formation détaillé ci-dessous. Évaluations en continu sur la base d'exercices pratiques et de QCM.

Préambule - 1h

- Qu'est ce qu'un plan média ?
- Pourquoi établir un plan média ?

Le socle : votre stratégie de communication pour définir les enjeux - 1h

- Vos objectifs de communication
- Votre positionnement : synthétise l'axe de communication principal
- La (re)définition de vos cibles de communication

Pour les informations pratiques, rendez-vous sur notre livret d'accueil téléchargeable [sur notre site web](#) en bas de page.

L'analyse : pour corriger ou réorienter l'existant - 1h30

- Bilan de l'année/action en cours
- Analyse des évolutions en interne et en externe

Les moyens : humains, techniques et financiers - 1h

- Ressources humaines et compétences
- Actions et supports médias et hors médias
- La budgétisation d'un plan de communication

Le plan média : les critères de succès et le système d'évaluation - 1h30

- Mesurer l'efficacité de ses actions de communication
- Le planning des actions de communication
- (contraintes et stratégie d'interaction entre les supports)



aneth Thaumiaud,
Responsable du pôle "Image, communication et stratégie" de l'agence la couleur du Zèbre

Elle est spécialisée en branding et dans le conseil en communication, dans la conception d'identités visuelles et de chartes graphiques - dans la définition de stratégie de communication et la réalisation de plans d'actions. Elle accompagne dans la définition d'un positionnement pour la mise en place d'une stratégie de communication qui trouvera pertinence et cohérence sur votre identité et sur l'ensemble de vos supports de communication (print ou digital)..

aneth@lacouleurduzebre.com / 07 66 86 22 66