



18
Jours

Formation Responsable de communication - Cursus Métier

dans COMMUNICATION - METIERS DE LA COMMUNICATION / Réf : PUB-METI-05

Objectifs de la formation

- Définir les missions du responsable de communication
- Mettre en place un plan de communication
- Évaluer les retombées de vos actions de communication
- Gérer les différents moyens de communication

Programme de la formation

A l'issue de la formation, les participants seront préparés à :

Partie 1 : Des différentes missions jusqu'à la mise en place d'une stratégie d'entreprise
(3 jours)

1. Identifier les missions du responsable de communication

- Place de la communication dans la stratégie d'entreprise
- Relations avec les autres services
- Organiser vos missions
- Connaître le cadre légal (droit à l'image, propriété intellectuelle, droit de la presse, droit de l'internet)

2. Concevoir un audit de l'existant

- Méthodes de recueil d'information (enquêtes qualitatives, quantitatives, questionnaires...)
- Évaluer les budgets utilisés, outils utilisés mais également les freins
- Évaluer l'image de votre entreprise
- Évaluer les documents existants

3. Mettre en place une stratégie de communication

SAS LEXOM

au capital de 25 000,00 €

Siège social : 155 Avenue René Privat - 07000 PRIVAS

N° SIRET : 510 869 274 00066 - RCS Aubenas

Code NAF : 85.59A / N° TVA Intra : FR 74510869274



LES FILIALES DU GROUPE LEXOM :



- Méthodologie
- Définir les axes et le discours
- Mise en place d'une charte graphique
- Validation par la hiérarchie

Partie 2 : Élaboration d'un plan de communication (3 jours)

4. Définir les objectifs et les cibles

- Les objectifs et les cibles

5. Définir les messages et les moyens de communications adaptés

- Les messages et les moyens de communications

6. Évaluer un budget

- Évaluer un budget

7. Rédiger efficacement son plan de communication

- Rédiger efficacement son plan de communication

8. Établir la diffusion de son plan de communication

- Diffuser son plan de communication
- Respecter les délais

9. Établir le pilotage de son plan de communication

- Définir les indicateurs
- Mise en place un tableau de bord



Partie 3 : Connaître et maîtriser les différents outils de communication interne et externe (3 jours)

10. Gérer la communication interne

- Mise en place d'un journal interne
- Intranet collaboratif
- Mise en place d'une équipe dynamique
- Écouter les attentes des salariés
- La communication managériale

11. Gérer la communication externe

- Adapter la communication externe à la stratégie d'entreprise
- Soigner son image (mécénat, sponsoring...)
- Évènementiel, salons
- Outils de la relation presse (communiqué, revue de presse, conférence, interview)
- Apprendre à bien communiquer avec les médias

Partie 4 : Le Web : de nouveaux moyens de communication (3 jours)

12. Définir les cibles

- Définir les cibles

13. Choisir les outils

- Blog
- Réseaux sociaux (Facebook, Twitter, ...) et leurs spécificités
- Site Internet
- Wiki
- Les différents types de plateformes

14. Améliorer sa stratégie sur le Web



- Adapter son vocabulaire au Web
- Animer sa présence sur le Web
- Soigner son référencement
- Développer l'interactivité de son site

Partie 5 : Piloter la communication (3 jours)

15. Gérer efficacement les situations de crise

- Les différentes situations de crise
- Anticiper les crises
- Stratégies de communication de crise (cellule de crise...)
- Évaluer les risques de la crise
- Apprendre à communiquer durant une crise

16. Gérer les agences de communication

- Briefer les agences
- Choisir le prestataire
- Rédiger les contrats

17. Améliorer sa communication orale

- Gérer le stress
- Savoir répondre aux questions
- Savoir s'exprimer clairement

Partie 6 : La fonction de responsable de communication au quotidien (2 jours)

18. Identifier et gérer les phases de lancement

- Mise en place de cahier des charges
- Choix de solutions
- Évaluer si le projet est faisable

19. Contrôler l'efficacité de la communication



- Gestion d'un budget
- Mise en place d'un fichier presse
- Mesure des retombées (augmentation Ca ou nombre client, fidélisation...)

Partie 7 : Évaluation (1 jour)

Évaluation finale

- Alternance de contenus théoriques et cas pratiques

Pré-requis

Aucune connaissance préalable n'est requise pour suivre cette formation

Public cible

Assistant commercial, chargé de communication

Pédagogie

Méthodes pédagogiques

- Nos formateurs basent leur animation sur des techniques de pédagogie active, et si nécessaire sur des méthodes ludopédagogiques. Afin de renforcer l'apprentissage et d'optimiser une application pratique sur le terrain, les apprenants bénéficient d'exercices, cas concrets conçus par des professionnels de terrain, jeux de rôles, quizz, tests, adaptés au programme de formation.

Modalités d'évaluation



- Une évaluation à chaud est effectuée en fin de formation par des tests permettant de valider la compréhension et l'intégration de la thématique par les apprenants; une évaluation à froid peut être proposée quelques mois après la formation afin de valider l'appropriation des méthodes et les changements obtenus à la suite de la formation.
- Une attestation de formation reprenant l'ensemble des objectifs pédagogiques sera délivrée à chaque participant à l'issue de la formation.

