

Formation Communication d'entreprise : Initiation + Approfondissement

■ Durée :	5 jours (35 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	2 950,00 € HT (standard) 2 360,00 € HT (remisé)
■ Public :	Assistant(e) de communication - Chargé(e) de communication - Tout membre d'un service de communication ayant besoin des fondamentaux en communication
■ Pré-requis :	Bonne maîtrises de l'expression écrite et orale
■ Objectifs :	Découvrir les fondamentaux de la communication - Comprendre les règles de base - Concevoir et mettre en oeuvre des supports de communication
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	• Formation synchrone en présentiel et distanciel. • Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum. • Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat. • Un formateur expert.
■ Modalités d'évaluation :	• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation. • Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation. • Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques. • Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.
■ Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ Référence :	MAR100199-F

■ Note de satisfaction des participants:	Pas de données disponibles
■ Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73
■ Modalités d'accès :	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr , moncompteformation.gouv.fr , maformation.fr , etc.) ou en appelant au standard.
■ Délais d'accès :	Variable selon le type de financement.
■ Accessibilité :	Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr , nous étudierons ensemble vos besoins

Introduction

Petite histoire de la communication en entreprise
Présentation de la formation

Enjeux de la communication d'entreprise

Communiquer avec ses salariés
Communiquer avec ses clients
Communiquer avec les actionnaires
Communiquer avec les fournisseurs ou les partenaires

Principes fondamentaux de la communication

Vecteurs de communication
Comprendre les attentes des différents acteurs de la vie d'entreprise
Exprimer un message
Vérifier que le message est compris
Mesurer l'impact du message

Atelier : Situations de base en communication

Communication écrite

Les supports de la communication écrite
Les règles de base pour la rédaction de supports d'entreprise
Erreurs à éviter

Atelier : rédiger un mail pour un événement de la vie d'entreprise (départ, résultat, recrutement, etc)

Communication visuelle

Les supports de la communications visuelle

Règles de base

Erreurs à éviter

Atelier : créer un support de 7/8 slides synthétisant une note de service à diffuser à l'entreprise

Communication orale

Les situations où intervient la communication orale

Règles de base

Erreurs à éviter

Atelier : Discuter de situations

Les supports les plus fréquents de la communication

Brochure d'actualité

Newsletters / Mails

Site Internet / Site Intranet

Réseaux sociaux

Réunions

Autres supports

Spécificités de la communication digitale

Les contenus rédactionnels

Les contenus vidéos

Les risques sur les réseaux sociaux et forums

Publicité en ligne

Méthodologie

Spécifications : recensement d'un besoin de communication d'un service de l'entreprise

Analyse et conception d'une réponse

Réalisation des supports et communiqués

Tests, relectures et corrections

Analyse et évaluation des résultats

Atelier : création de contenus textes et vidéos pour un service RH

Communication interne

Les spécificités de la communication aux salariés

Les outils privilégiés

Les services qui ont besoin de communiquer : RH, Direction, Marketing, ...

Le recensement des informations

L'animation de la communication interne

Communication externe

Les spécificités de la communication externes

Les outils privilégiés des secteurs B2C

Les outils privilégiés des secteurs B2B

Planification de la communication externe

Image et culture d'entreprise

Définir l'image de son entreprise

Analyser l'histoire et la culture de l'entreprise

Identifier les faiblesses de l'entreprise

Identifier les forces de l'entreprise

Comprendre les facteurs qui amélioreront l'image de l'entreprise

RSE et Qualité

Atelier : lister les forces et faiblesses de l'entreprise, donner des préconisations pour améliorer l'image

Mise en place de plan de communication

Analyse de l'existant

Spécifications des besoins et attentes des acteurs

Définition de l'image, de l'identité

Définition des messages à transmettre en interne

Définition des messages à transmettre en externe

Recensement des supports et outils possibles

Identifier les priorités

Mettre en place un plan d'action

Déterminer les équipes et projets

Lancement des projets

Création des contenus
Suivi de l'avancement
Tests et corrections
Lancement des actions
Analyse et création des plans futurs

Atelier : ébaucher le plan de communication de son entreprise

Gestion de crise

Les situations à risques
Les supports pour les communications de crise
Analyse des situations et identification des solutions
Tests des solutions sur un échantillon

Atelier : Discussions autour de plusieurs situations de crises

Conclusion