DAWAN

Plan de la formation

www.dawan.fr

Formation Communication d'entreprise : Approfondissement

Durée :	2 jours (14 heures)
Tarifs inter-entreprise :	1 180,00 € HT (standard) 944,00 € HT (remisé)
Public :	Assistant(e) de communication - Chargé(e) de communication - Tout membre d'un service de communication
Pré-requis :	Avoir les notions fondamentales de communication
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 :	MAR100179-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

Rappels sur les fondamentaux de la communication d'enteprise
Présentation de la formation

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