

Construire une stratégie et un plan de communication pour son association

Véritable outil de cohérence et de décision, le plan de communication permet de donner du sens aux actions menées en interne et en externe. Cette formation "Concevoir un plan de communication", vous permet de définir une stratégie claire et cohérente, une méthodologie rigoureuse pour faire vivre la communication, en interne, en externe.

Plus de 300 entreprises et associations formées !

Objectifs de la formation :

- Évaluer les actions de communication existantes
- Élaborer un plan de communication externe
- Pouvoir définir des actions de communication en lien avec les projets et la stratégie de la structure
- Mobiliser les collaborateurs autour du plan de communication

Publics :

- Toute personne en charge de la communication

Durée : 2 jours soit 14 Heures

Pré-requis : Aucun.

PROGRAMME :

- L'évaluation des actions de communication externe de la structure (5H)
 - Établir un diagnostic de communication
 - Établir la cartographie de ses actions auprès de ses cibles
 - Analyse des forces et faiblesses des actions existantes
 - Définir l'image perçue et l'image voulue
 - Analyse de la concurrence
- Définir les actions et le plan de communication externe (7H)
 - Identifier le contexte, les enjeux de la structure et leur impact sur la communication
 - Déterminer le type d'actions de communication (site internet, réseaux sociaux, supports écrits, etc)
 - Définir des objectifs mesurables en lien avec le plan stratégique ou les projets de la structure
 - Définition des cibles et des messages adaptés
 - Le choix des canaux de communication
 - Définition du calendrier et des moyens
 - Établir un budget prévisionnel et son suivi
- La mobilisation de la structure autour du plan de communication (2H)
 - Savoir communiquer en interne sur le plan décidé
 - Outils de gestion du plan de communication
 - Comment mobiliser en interne

Méthodes pédagogiques : 50 % études de cas des participants 50% de théories avec exemples de cas réels. Formateur certifié FFP.

Méthodes évaluation : A chaud à l'issue de la formation et 3 mois après la session.

Suivi des stagiaires via email, hotline et réseaux sociaux du formateur.

Ouverture d'une session à partir de 5 participants pour raison pédagogique

Nombre maximum de participants par session : 12