



Objectifs

- Maîtriser les différents outils et approches de communications nécessaires à la définition d'une stratégie efficace et d'un plan de communication performant
- S'approprier le vocabulaire et les notions clés
- Formaliser le socle identitaire de l'entreprise (plateforme de communication)
- Définir les grandes étapes et prochains chantiers à initier par l'équipe projet
- Identifier les indicateurs de performance



Programme

Module 1 : Concepts, outils et diagnostic

- Les différentes typologies de communication : présentation et objectifs
- Le socle identitaire : la plateforme de marque (présentation et formalisation)
- Les déclinaisons de la plateforme de marque (mapping, identité visuelle, ligne éditoriale, charte d'engagements, brand content)
- Atelier : diagnostic des outils et supports existants, plan d'actions

Module 2 : Digital, stratégie et performance

- Focus sur la communication digitale
- Les supports de communication digitale (site internet, plateformes et réseaux sociaux, etc.)
- Spécificités et cibles
- Mesures de performance
- Stratégie de contenu
- Les bases du référencement
- Le plan de communication

Les petits + de cette formation

- Livret de formation remis aux participants
- Exercices en binômes et en sous-groupes
- Fiches outils remises aux participants pour déployer les outils dès le retour au travail.

Cibles : Dirigeants de TPE et PME, Responsables de communication en prise de poste, Marketing managers

Prérequis : Aucun

Durée de la formation : 2 jours

Prix de la formation :

Inter par stagiaire : 1200€ HT

Intra forfait : sur devis

Date de formation 2025/2026

Inter : Plusieurs dates de formation seront communiquées aux participants dès qu'un groupe de 6-8 personnes sera complet, afin de pouvoir déterminer une date qui pourra convenir à tout le monde

Intra : à déterminer avec le client



Modalité d'évaluation

- Des exercices et cas pratiques supervisés en cours de parcours
- Grille d'évaluation complétée au fur et à mesure du parcours