



# PROGRAMME DE FORMATION

[ Construire une Stratégie de Communication pour développer son entreprise ]

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Acquérir une compréhension approfondie des principes fondamentaux de la communication.
- Apprendre à définir des objectifs de communication clairs et adaptés aux besoins de l'entreprise ou de l'individu.
- Maîtriser les techniques de rédaction persuasive et de création de contenu captivant.
- Comprendre les principes du design graphique pour créer des visuels impactants.
- Apprendre à cibler et à engager efficacement son public cible.
- Découvrir les outils et plateformes de communication les plus efficaces pour atteindre ses objectifs.
- Savoir évaluer et mesurer les performances de ses stratégies de communication pour les optimiser en continu.

Ces compétences peuvent être évaluées par des exercices pratiques, des études de cas, des tests ou des simulations de situation.

## PUBLIC CONCERNÉ

- Cette formation s'adresse principalement aux chargés de communication, community managers, web designer, commerciaux, ingénieurs commerciaux, managers commerciaux, demandeurs d'emploi, cadres, ainsi qu'à toute personne souhaitant développer une stratégie de communication efficace. Que vous soyez un professionnel cherchant à améliorer la communication de votre entreprise, une marque, ou un individu désireux d'optimiser votre image personnelle et de mieux communiquer avec votre audience, cette formation vous apportera les compétences nécessaires pour élaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication réussie.

## PRÉ-REQUIS

Aucun prérequis nécessaire à la formation.

Disposer d'un ordinateur ou d'un téléphone portable (smartphone) lors des sessions de formation.

## DURÉE DE LA FORMATION ET MODALITÉS D'ORGANISATION

40 heures

- *En présentiel : 10 stagiaires maximum*
- *Sur site : sur-mesure, nous contacter*



- *En distanciel : 4 stagiaires maximum*

## LIEU DE LA FORMATION

- En présentiel : 8 Rue Henri Bataille, 30900 Nîmes
- Possibilité de formation sur site.
- En distanciel : via Google Meets

## CONTENU DE LA FORMATION

### Module 1 - Introduction à la communication stratégique (5 heures)

- **Les fondamentaux de la communication** : Objectifs, cibles, messages.
- **Stratégie de communication** : Importance, élaboration, et mise en œuvre.
- **Analyse environnementale** : Concurrents, opportunités, SWOT.
- **Études de cas** : Exemples de stratégies réussies et échouées, avec analyse et discussion.

### Module 2 - Définir des objectifs de communication clairs et pertinents (6 heures)

- **Identification des besoins** : Analyse des besoins de communication spécifiques.
- **Objectifs SMART** : Comment les définir et les appliquer efficacement.
- **Alignement stratégique** : Intégration des objectifs de communication aux objectifs globaux.
- **Ateliers pratiques** : Élaboration d'objectifs de communication pour un projet fictif ou réel.

### Module 3 - Techniques de rédaction persuasive et de création de contenu captivant (8 heures)

- **Rédaction persuasive** : Principes et techniques pour influencer et engager.
- **Création de contenu** : Messages clairs, impactants et ciblés.
- **Diversification du contenu** : Articles, vidéos, infographies, etc.
- **Ateliers de création** : Production de différents types de contenu basés sur des scénarios donnés.

### Module 4 - Principes du design graphique pour créer des visuels impactants (4 heures)

- **Principes de base du design** : Couleur, composition, typographie.
- **Outils de création graphique** : Logiciels et applications, avec démonstrations pratiques.
- **Identité visuelle** : Cohérence et renforcement de la marque.
- **Exercices pratiques** : Création de visuels pour différents canaux de communication.

### Module 5 - Cibler et engager son public cible (4 heures)

- **Analyse de l'audience** : Démographie, psychologie, et comportement.
- **Messages personnalisés** : Techniques pour personnaliser la communication.
- **Stratégies d'engagement** : Pratiques pour engager activement l'audience.
- **Études de cas et simulations** : Exercices sur le ciblage et l'engagement.



## Module 6 - Les outils et plateformes de communication les plus efficaces (3 heures)

- **Canaux de communication** : Avantages et inconvénients (réseaux sociaux, site web, etc.).
- **Choix des outils** : Sélection basée sur les objectifs et l'audience.
- **Tendances actuelles** : Nouveautés dans les outils et plateformes.
- **Démonstrations** : Présentation de l'utilisation de différents outils.

## Module 7 - Évaluation et mesure des performances de la stratégie de communication (3 heures)

- **KPIs et analyse** : Définition, suivi, et interprétation des indicateurs clés.
- **Feedback de l'audience** : Collecte et analyse des retours pour l'amélioration.
- **Optimisation continue** : Ajustements basés sur les analyses et retours.
- **Atelier d'analyse** : Utilisation de cas réels pour pratiquer l'évaluation des performances.

## Nouveau Module 8 - Gestion de crise et communication réactive (4 heures)

- **Préparation à la crise** : Élaboration de plans de communication de crise.
- **Réactivité** : Gestion des communications en temps réel durant une crise.
- **Restauration de l'image** : Stratégies post-crise pour rétablir la confiance.
- **Simulations de crise** : Jeux de rôle et études de cas pour pratiquer la réponse à la crise.

## Nouveau Module 9 - Éthique et responsabilité sociale dans la communication (3 heures)

- **Principes éthiques** : Importance dans la communication d'entreprise.
- **Responsabilité sociale** : Intégrer la RSE dans les stratégies de communication.
- **Cas d'étude** : Analyse d'exemples de communication responsable.
- **Débat et réflexion** : Discussions sur des dilemmes éthiques en communication.

## MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Documents, supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Étude de cas concrets
- Quizz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation via dossier drive partagé en amont par mail.

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

QCM en amont pour définir le niveau de connaissance

Formation : suivi des différents modules

QCM final pour valider les compétences acquises



## PROFIL DU(DES) FORMATEUR(S)

Gaune Solenn, directrice de l'agence de communication Apostrophe Social Media, possède plus de 4 années d'expérience en formation professionnelle et en enseignement. Diplômée en Marketing et Communication Digitale ainsi qu'en LEA avec une spécialisation en communication digitale.

## MOYENS TECHNIQUES

Mise à disposition de salles équipées de rétroprojecteurs.

## TARIF

Nous contacter pour un devis.

## DÉLAI D'ACCÈS

Pour une formation en présentiel, les inscriptions doivent être réalisées 2 semaines avant le début de la formation.

Pour une formation sur site, les inscriptions doivent être réalisées 1 semaine avant le début de la formation en fonction des disponibilités des 2 parties.

Pour une formation en distanciel, les inscriptions doivent être réalisées 1 semaine avant le début de la formation.

## ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Les personnes atteintes de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation dans les meilleures conditions.

## CONTACT

Gaune Solenn  
*Référente pédagogique et formatrice*  
**[formation@apostrophe-consulting.fr](mailto:formation@apostrophe-consulting.fr)**  
0762736089