



STRATEGIE DE COMMUNICATION

Bâtir un plan de communication efficace pour son entreprise



OBJECTIF PRINCIPAL DE LA FORMATION :

Comprendre la méthodologie (réflexion et actions) pour mettre en place la stratégie de communication de son entreprise.

OBJECTIFS SPECIFIQUES :

Identifier et connaître les principales actions de communication et de e-communication
Identifier et connaître les principaux outils et supports de communication
Savoir mettre en place son plan de communication
Etablir un calendrier des actions

PRE-REQUIS :

Participer à la gestion de l'entreprise et aux prises de décision dans la commercialisation et la communication.

PROGRAMME :

Evaluation avant formation :

- Questionnaire pour évaluer les compétences du participant en matière de commercialisation et de communication
- Questionnaire pour évaluer le travail de commercialisation et de communication en cours

A - Quelle réflexion et quelle méthodologie pour mettre en place sa stratégie de communication ?

- Comprendre l'intérêt et la place d'une stratégie de communication dans sa stratégie générale
- Principaux comportements et principales attentes du client aujourd'hui
- Ma stratégie de communication en 7 points clés
- Répondre à 3 questions essentielles de sa stratégie :
 - quels objectifs,
 - quelles cibles (ma segmentation) ,
 - quel message à faire passer (mon positionnement) ?

B - Quelles sont les principales actions et les principaux outils de communication traditionnels et via Internet ?

Pour chaque action : caractéristiques, avantages, contraintes, « bonnes pratiques », et principaux outils/ supports nécessaires.

1. Les actions media : la publicité traditionnelle et la publicité en ligne

- Outil abordé : Google Adwords. Attention, les outils seront nommés à titre d'exemples et seront illustrés par un exemple. La formation ne permettra pas d'aller plus en détails

2. Les actions hors media :

- le marketing direct : mailings et prospections
- les relations avec la presse
- les relations publiques et la communication événementielle
- la participation à des foires et salons
- La promotion des ventes
- Le sponsoring et mécénat
- La Publicité par l'objet



STRATEGIE DE COMMUNICATION

Bâtir un plan de communication efficace pour son entreprise



3. Les actions tournées vers Internet

- la e-réputation
- La communication sur des sites dédiés
- Le référencement « naturel »

Outils abordés : site Internet, pages/comptes réseaux sociaux, blog, logiciel de création et d'envoi d'e-mailing, Qr code, brochure, dossier de presse, communiqué de presse
Attention, les outils seront nommés à titre d'exemples et seront illustrés par un exemple. La formation ne permettra pas d'aller plus en détails

C - Diagnostic de mes actions de communication engagées

D - Bâtir mon plan d'actions de communication

- Découvrir un support sous forme de tableau pour construire son plan d'actions de communication
- Identifier les actions à intégrer dans sa propre stratégie future de communication ainsi que les supports/outils à acquérir
- Rédiger son plan d'actions de communication

METHODES PEDAGOGIQUES :

- Support en power-point
- Échange
- Cas pratique avec son propre établissement

A la fin de la formation les participants reçoivent un dossier récapitulant les supports de formation en version numérique

DUREE : 2 jours de formation en salle

INSCRIPTIONS : contact@accueil-quatre-etoiles.fr ou 06.75.31.82.48