

ÉLABORER SON PLAN DE COMMUNICATION POUR LANCER OU DÉVELOPPER SON ACTIVITÉ

Choisir les bons supports de communication, en fonction de ses cibles et de ses objectifs, et mettre en place un plan d'actions efficace pour booster son activité.

■ Objectifs de la formation :

Définir un diagnostic de votre besoin en communication et/ou de votre communication actuelle.
Maîtriser les différents moyens et supports de communication existants.
Construire et suivre votre plan de communication global.
Mettre en place le budget communication.

■ Prérequis :

Disposer d'un ordinateur portable.

■ Durée, horaires et lieux :

1 journée soit 7h soit de 9h00-12h30 / 13h30-17h00

■ Moyens pédagogiques et méthodes utilisées :

Pédagogie active et participative centrée sur le partage d'expériences avec tout au long de la formation, échange de bonnes pratiques pour planifier, piloter et budgéter ses actions de communication.

Exercices d'application combinant réflexion sur ses propres objectifs et construction pas à pas de son plan de communication personnalisé.

■ Public :

Professionnels libéraux et leurs salariés

■ **Contenu de la formation :**

Matin (9h00 – 12h30)

I. Etablir un diagnostic de votre communication

- Comprendre les enjeux d'une communication : pourquoi communiquer ? Dans quel but ?
- Analyse des forces et faiblesses de l'entreprise
- Analyse de la concurrence et du contexte

II. Mettre en place sa stratégie de communication

- Définition des objectifs en fonction des différents publics
- Détermination des publics ciblés
- Rédiger les messages clés à décliner

Exercice :

. Définir ses objectifs et cibles de communication et les messages associés.

III. Connaître les outils de communication existants

- Les grandes familles de moyens et supports : médias, hors-médias, digitaux...
- Print
- Réseaux sociaux
- Newsletter
- Relations presse
- Publicité
- Événementiel

Après-midi (13h30 – 17h00)

IV. Construction de son plan de communication

- Organisation et structure du plan de communication
- Hiérarchisation des différentes actions
- Établir le planning
- Définir les responsabilités
- Bâtir le budget prévisionnel

Exercice

Réflexion sur les principaux postes de son plan de communication et les outils de communication à mettre en place.

V. Evaluer l'impact des actions de communication

- Mettre en place des outils de mesures et de statistiques
- Réajuster le plan de communication en fonction des retours

■ **Modalités d'évaluation :**

Suivi et évaluation du stagiaire au début, pendant et en fin de formation avec des questionnaires et des exercices.

■ **Intervenant :**

Chantal MONCHIETTI, Formatrice ayant plus de 15 ans d'expérience dans la communication d'entreprise 360° acquise au sein d'entreprises diverses (PME, agence, groupe internationaux) en tant que Directrice communication/marketing, mais aussi comme consultante en communication indépendante.

**RENSEIGNEMENTS &
INSCRIPTIONS**

ORIFF-PL LR
Maison des Professions Libérales
285 rue Alfred Nobel
34000 MONTPELLIER

Téléphone : 04 67 69 75 14
Mail : formation@oriffplr.com

