

# PREPARER SA STRATEGIE DE COMMUNICATION ET DE MARKETING

Lorsqu'on lance son activité, bien communiquer s'avère incontournable pour se faire connaître. Mais souvent on ne sait pas par où commencer ! Cette formation vous apporte des bases de réflexions et des outils pour poser votre stratégie de communication/marketing et vous aidera à choisir vos supports selon vos cibles et objectifs.

## ■ Objectifs de la formation :

- Poser sa stratégie de communication/marketing
- Construire son message
- Choisir ses supports de communication/marketing
- Elaborer son plan d'action

## ■ Prérequis :

Avoir un projet de création d'entreprise  
Savoir utiliser l'outil informatique.  
Disposer d'un ordinateur portable.

## ■ Durée, horaires et lieux :

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

## ■ Moyens pédagogiques et méthodes utilisées :

Suivi et évaluation : Méthode active et participative

Énoncés théoriques - Exercices d'application - Le stagiaire est évalué en début et en fin de formation.

Pédagogie active et participative. Chaque stagiaire travaille sur son propre projet.

■ **Public :**

Pour les libéraux en phase de création ou ayant moins d'un an d'installation.

■ **Contenu de la formation :**

Matin (9h00-12h30)

**I - Définir sa stratégie de communication/marketing**

- Pourquoi communiquer ? Comprendre les enjeux.
- Identifier ses cibles
- Identifier ses objectifs
- Analyser ses points forts
- L'identité visuelle
- L'importance du message

**Exercice :**

- Faire le point sur ses cibles, ses objectifs et le message à diffuser.

**2- Choisir ses supports de communication/marketing**

- Le print (plaquettes, flyers, cartes de visite...)
- Site web (vitrines, e-commerces)
- Les réseaux sociaux
- La newsletter

Après-midi (13h30-17h00)

**2- Choisir ses supports de communication (suite)**

- Les relations presse
- La publicité
- L'événementiel

**Exercice :**

- Echanges autour d'exemples de communiqués de presse, publicités, salons.
- Les étapes de conception, le rôle du visuel...
- Les atouts et limites de chaque outil.

**3- Poser les bases de son plan d'action**

- Sélectionner ses outils de communication/marketing
- Structurer clairement son plan de communication/marketing ☑ Établir le planning
- Penser au budget

**Exercice :**

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

■ **Modalités d'évaluation :**

Suivi et évaluation du stagiaire en début et en fin de formation avec questionnaire de satisfaction.

■ **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](mailto:formation@oriffplr.com)



@oriffplr



N° Déclaration : 91 34 07 285 34

