

Préparer sa stratégie 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

Objectifs pédagogiques :

- Définir sa stratégie
- Choisir ses supports de communication
- Poser les bases de son plan d'action

Prérequis :

Savoir utiliser l'outil informatique.
Disposer d'un ordinateur portable

Durée et horaires :

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.

Public :

Professionnels Libéraux et leurs salariés

Contenu de la formation :

Matin (9h00-13h00)

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 (14h00-17h00)

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 dans la communication acquise au sein d'entreprises diverses (PME, agence, groupe internationaux) en tant que Directrice communication/marketing, mais aussi comme consultante en libéral.

Modalités et délais d'accès :

La pré-inscription se réalise sur notre site web.

L'inscription est validée à réception des pièces complémentaires demandées.

Un e-mail est envoyé afin de confirmer la formation accompagnée du livret d'accueil apprenant, les CGV et le règlement intérieur (disponibles en téléchargement sur notre site web)

Tarifs

L'ORIFF-PL s'occupe de la demande de prise en charge auprès du FIF-PL. Vous devez seulement suivre la procédure d'inscription.

2 jours par année civile, pris en charge par le FIF-PL, si le code APE de votre activité relève de ce fonds de formation.

Accessibilité

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Vous pouvez vous renseigner sur les conditions d'accès à notre formation auprès du référent handicap, Madame Kristel Malléjac.

Contact

Pôle Formation de l'ORIFF-PL
285, rue Alfred Nobel
34000-MONTPELLIER
04.67.69.75.14
formation@oriffpllr.com

