

INFORMATIONS PRATIQUES

CONTACT ADMINISTRATIF

Arnaud Ferrandiz
formation@etan-groupe.fr

DURÉE DE LA FORMATION

--> présentiel = 28 h
--> e-learning = 00 h

PRE-REQUIS

Aucun
Questionnaire de positionnement
en début de formation.

PUBLIC CONCERNÉ

Managers et dirigeants.

LES +

Mise en avant d'outils marketing
simples, efficaces et efficients.
Suivi personnalisé post formation par
téléphone et sur site pendant 2 mois.

RÉFÉRENT PÉDAGOGIQUE

Arnaud Ferrandiz, responsable
formation.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Exposés, exercices pratiques, mise en
situation.

EVALUATION

Fiche de validation des acquis en fin
de formation.
Reformulation des acquis oralement
après chaque journée.

ACCESSIBILITÉ

Pour les personnes en situation de
handicap, veuillez nous contacter.

DATES PERSONNALISÉES

TARIFS SUR DEVIS

Après analyse des besoins

MAJ : le 13/09/2024

BATIR UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION



NOTRE MISSION

Vous accompagner dans la mise en oeuvre de nouvelles stratégies de communication intégrant tous les médias, traditionnels, émergents, digitaux...



OBJECTIFS OPÉRATIONNELS ET PÉDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Connaître les principes et enjeux de la communication.
- Connaître les codes de la communication.
- Explorer les atouts de chaque participant pour orienter sa communication.
- Développer les codes de la communication virtuelle et non verbale.
- Acquérir une aisance de communication en toute circonstance.

PROGRAMME

1

JOUR 1

1/ Compétence essentielle

Les clés de la communication d'entreprise : Qui ? Quoi ? Comment ?
Le budget et le plan de communication.
La cible client.

2/ Communication digitale

Communication digitale : élaborer et piloter sa stratégie.
Stratégie de communication cross-media : créer des synergies gagnantes.
Quels supports virtuels pour mon entreprise ?

2

JOUR 2

3/ Communication événementielle

Réussir sa communication événementielle.
Organiser avec succès un événement professionnel.

3

JOUR 3

4/ Communication visuelle

Mettre en image un message.
Se focaliser sur les idées-clés.
Quels outils utiliser : création, programmation, finalisation de documents,
actualisation...
Définir un plan d'actions personnalisé.

4

JOUR 4

5/ Analyser la mise en oeuvre du plan d'actions et des outils définis au cours de la phase précédente.

6/ Préconiser des actions correctives

7/ Réajuster le plan d'actions global