



**AZUR
FORMATIONS**

PLAN DE FORMATION COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE

Public visé : Toutes personnes en position d'interface de communication, c'est dire ayant régulièrement à transmettre ou mettre en forme des informations.

Objectifs : Adapter et créer les supports de communication d'entreprise.

Moyens pédagogiques : Formation dirigée par un professionnel de la gestion d'entreprise. Méthodes d'animation actives et pratiques. Elles s'appuient sur des apports théoriques et méthodologiques (exercices pratiques et mises en situation)

Méthodes d'évaluation des acquis : Après chaque session, une évaluation des acquis précédents sera envisagée, suivra une évaluation générale en fin de stage.

Contenu de la formation :

LA COMMUNICATION INTERNE

Les objectifs et les finalités de la communication interne

Qui communique, quels messages ?

Les publics internes et leurs attentes

La politique de communication interne

Le plan de communication interne

Elaborer le plan avec rigueur

Mettre en place les actions de communication interne

Définir des indicateurs de suivi des actions de communication

Concevoir des dispositifs d'accueil des nouveaux collaborateurs : parcours, réunions internes, livret d'accueil...

LA COMMUNICATION EXTERNE

L'analyse de l'existant

Diagnostic : étude du contexte interne et externe

Analyse : forces et faiblesses

La culture et la personnalité de l'entreprise, leur interférence dans la politique de communication et leur intégration dans le plan

La définition des objectifs

Définition des objectifs de la communication interne et externe en fonction des publics

Les messages à décliner

.../...

.../fin

Le recensement et la hiérarchisation des publics cibles

Etude et segmentation des publics internes et externes

Détermination des publics prioritaires

Les types d'actions possibles

Sur quels critères retenir une action ou une opération (journal interne, plaquette, Intranet, convention, publicité, relations publiques, parrainage...)

Les facteurs clés de succès pour le montage du plan, les écueils à éviter

Le budget d'un plan de communication

Evaluation des coûts et préparation du budget

Les arbitrages nécessaires

Présenter et défendre son budget

La présentation du plan de communication

La mise en œuvre du plan, le déroulement opérationnel

Elaboration et équilibrage du planning, logistique

Le contrôle et le suivi des actions

Critères d'évaluation

Mise en place d'outils d'évaluation

Le suivi du budget et la préparation du plan suivant