

Construire et piloter une stratégie de communication globale

Une stratégie de communication efficace ne se limite pas à des actions isolées. Elle repose sur une compréhension fine de l'environnement, un positionnement clair et une capacité à transformer les orientations en actions concrètes. Cette formation vous permet de structurer votre réflexion stratégique et de piloter une communication cohérente et performante.

Cours Pratique de 2 jours

Prix 2026/27 1 590€ HT

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES	Travail à partir de situations réelles issues du terrain, mises en situation et jeux de rôle, partage d'expériences entre participants, apports directement applicables.
PARTICIPANTS	Toute personne souhaitant mieux communiquer avec les autres.
COMPÉTENCES DU FORMATEUR	Les intervenants sont des professionnels expérimentés, alliant expertise terrain et maîtrise des pratiques pédagogiques. Ils accompagnent régulièrement des équipes en entreprise et adaptent leurs interventions aux réalités opérationnelles des participants. Leur approche repose sur le partage d'expérience, des cas concrets et une forte orientation résultats.
MODALITÉS D'ÉVALUATION	L'acquisition des compétences est appréciée tout au long du parcours à travers des mises en situation, des exercices pratiques et des échanges avec le formateur. Un positionnement en début de formation permet d'identifier les attentes, tandis qu'un bilan en fin de parcours vient mesurer les progrès réalisés et les axes de développement.
MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES	La formation s'appuie sur une pédagogie active, centrée sur l'expérience des participants et l'application concrète des concepts abordés. Les séquences alternent apports ciblés, mises en pratique, études de cas et échanges collectifs. Les participants sont régulièrement sollicités pour analyser leurs propres situations professionnelles et expérimenter de nouvelles approches. L'ensemble du dispositif favorise l'implication, l'interaction et le transfert des acquis en situation de travail.
MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS	L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.
ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES	Contactez nos référents handicap : baptistegaldemar@formeaformation.com zinebzahidi@formeaformation.com Nous étudierons votre demande avec attention afin de vous proposer des solutions adaptées.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

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

- Analyser son environnement et identifier les enjeux de communication
- Définir un positionnement et des orientations stratégiques
- Construire une stratégie de communication cohérente
- Traduire la stratégie en plan d'action structuré
- Piloter et ajuster les actions dans le temps

LE PROGRAMME

1) Analyser l'environnement et structurer sa réflexion stratégique

- Identifier les tendances, les acteurs et les enjeux
- Mettre en place une veille efficace
- Réaliser un diagnostic de positionnement
- Analyser la concurrence et les opportunités

Cas pratique : réalisation d'un diagnostic stratégique à partir d'un cas réel

2) Définir un positionnement et des orientations claires

- Clarifier l'identité et les objectifs de communication
- Identifier les cibles prioritaires
- Définir les messages clés
- Aligner la communication avec la stratégie globale

Mise en situation : construction d'un positionnement et d'axes de communication

3) Construire une stratégie de communication cohérente

- Structurer une stratégie globale (interne, externe, corporate)
- Choisir les leviers et canaux adaptés
- Définir une ligne éditoriale et un axe créatif
- Garantir la cohérence des actions

Cas pratique : élaboration d'une stratégie de communication complète

4) Traduire la stratégie en plan d'action opérationnel

- Définir des objectifs clairs et mesurables
- Construire une roadmap et un plan d'action
- Organiser les actions dans le temps
- Prioriser les initiatives

Mise en situation : construction d'un plan de communication détaillé

5) Piloter, mesurer et ajuster la stratégie

- Définir des indicateurs de performance
- Suivre les résultats et analyser les écarts
- Adapter les actions en fonction des résultats
- Présenter et défendre sa stratégie

Cas pratique : analyse de performance et ajustement d'une stratégie