

Piloter la performance et la stratégie de communication

La communication ne se limite pas à diffuser des messages, elle doit être pensée comme un levier de performance. Cette formation vous permet de structurer une stratégie cohérente, de mieux cibler vos actions et d'évaluer l'impact réel de votre communication.

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 :

- Structurer une stratégie de communication alignée avec les objectifs de l'entreprise
- Identifier les cibles et adapter les messages
- Choisir les canaux les plus pertinents
- Mesurer l'efficacité des actions de communication
- Optimiser ses campagnes dans une logique de performance

LE PROGRAMME

1) Structurer une stratégie de communication cohérente

- Clarifier les objectifs de communication
- Identifier les cibles prioritaires
- Définir un positionnement clair
- Aligner communication et stratégie globale

Cas pratique : construction d'une stratégie de communication à partir d'un cas réel

2) Construire des messages adaptés et impactants

- Adapter le contenu selon les publics
- Définir un message clair et cohérent
- Travailler la cohérence entre fond et forme
- Créer des contenus engageants

Mise en situation : élaboration de messages pour différents canaux

3) Choisir les bons canaux et activer les leviers

- Identifier les canaux pertinents selon les objectifs
- Articuler communication digitale et offline
- Optimiser la diffusion des messages
- Gérer la cohérence multicanale

Cas pratique : sélection et organisation des canaux de communication

4) Mesurer la performance des actions de communication

- Définir des indicateurs de performance (KPI)
- Analyser les résultats des actions menées
- Comprendre les écarts entre objectifs et résultats
- Ajuster les actions en fonction des données

Cas pratique : analyse d'une campagne et identification des axes d'amélioration

5) Optimiser et faire évoluer sa stratégie dans le temps

- Adapter sa communication aux évolutions du marché
- Tester et améliorer ses actions
- Prioriser les actions à fort impact
- Mettre en place une logique d'amélioration continue

Cas pratique : construction d'un plan d'optimisation de la communication