

---

## PROGRAMME DE FORMATION n° 1

### « monter ma stratégie de communication »

---

La communication est un sujet majeur de la vie de l'entreprise. Quel que soit ce que vous avez à vendre, quelle que soit la taille de votre structure, quelle que soit votre activité et votre cible : le développement de votre entreprise passera par une action de communication globale.

Pour mener des actions de communication cohérentes et efficaces, une préparation est utile. Cette préparation évite de communiquer « au coup par coup », sans homogénéité, sans réflexion posée. Cette préparation permet aussi de maîtriser ses dépenses en communication : que ce soit en termes de temps ou de budget.

Monter une stratégie de communication revient simplement à « penser sa communication » en amont, à anticiper ce qu'on va faire, pourquoi on va le faire, et comment on va le faire. Ainsi, on peut adopter une attitude communicante professionnelle.

#### **A qui s'adresse cette formation ? :**

- Chefs d'entreprise (TPE, PME, PMI), gérants, commerçants, directeurs, cadres dirigeants
- Entrepreneurs indépendants (consultants, professions libérales, auto-entrepreneurs, artisans),
- Responsables communication, chargés de communication, chefs de projets communication, ou toute personne qui se voit confiée la fonction communication de l'entreprise

#### **Durée :**

- 2 à 5 jours (en fonction du périmètre de communication de l'entreprise)
- 1 journée de formation = 2 sessions soit 2 demi-journées.
- 1 session = 3 heures 30
- Les journées et sessions de formation peuvent être consécutives ou non.

#### **Pré-requis :**

- Avoir une offre produits ou une offre de service établie.
- Dans le cas des créateurs d'entreprise, le projet doit être suffisamment avancé pour que la réflexion sur les produits et services soit déjà traitée, mais la création effective de l'activité n'est pas obligatoire

A noter : Un entretien par téléphone avant présentation d'un devis permet de valider que cette formation correspond à votre profil, selon les points ci-dessus cités.

## Délais, tarifs et prises en charge :

- **Le délai** : 3 semaines d'anticipation sont nécessaires pour programmer cette formation, à compter de votre demande, et sous réserve de validation de la convention.
- **Le tarif** varie en fonction de la durée du programme. Un devis personnalisé est adressé suite à votre demande et après avoir pris connaissance de vos besoins et attentes.
  - En intra-entreprise : une journée de formation est facturée 950€HT soit 1140€TTC : la formation réunit un ou plusieurs stagiaires d'une même entreprise, avec un maximum de 4 personnes.
  - En inter-entreprise : une journée de formation est facturée 350€HT soit 420€TTC : la formation réunit des stagiaires d'entreprises différentes, avec un minimum de 4 stagiaires.
- **Prises en charge** auprès des OPCO sont possibles : *Laure Soulet - Agile Communication* est certifié DATA DOCK / Certification Qualiopi en cours d'audition.

## Mise en œuvre et modalités particulières :

- **Lieu de la formation** :
  - En intra-entreprise : la formation a lieu dans vos locaux. Un entretien spécifique en amont de la formation permet de s'assurer que vos locaux présentent les dispositions matérielles nécessaires à la mise en œuvre du contenu pédagogique de chaque session.
  - En inter-entreprise : la formation a lieu dans un établissement loué pour l'occasion, conforme à la législation et aux conditions d'accessibilité en vigueur, disposant des conditions matérielles nécessaires à la mise en œuvre du contenu pédagogique de chaque session, et assurant un accueil adapté au profil des stagiaires.
- **Public en situation de handicap** : un questionnaire adressé en amont de la formation permet de
  - Prendre connaissance de votre handicap
  - Appréhender les moyens à déployer pour convenir à vos bonnes conditions d'accueil
  - Mesurer les adaptations à opérer sur les contenus pédagogiques pour assurer une expérience d'apprentissage conforme aux objectifs du programme.

## Informations complémentaires :

- En savoir plus sur la personne qui rend cette formation et les autres programmes proposés par Laure Soulet - Agile Communication :  
<http://agile-communication.fr/>
- Prendre contact :  
**Laure SOULET – 06 70 77 81 32 – [contact@agile-communication.fr](mailto:contact@agile-communication.fr)**

## Objectifs de la formation « monter ma stratégie de communication » :

>> **Acquérir une méthode pour monter ma stratégie et mon plan de communication.**

- Savoir comment aborder la fonction communication de mon entreprise : son rôle et la dimension qu'elle doit avoir pour l'atteinte de mes objectifs (en termes d'image, de développement et de résultats)
- Adopter une vision stratégique à court, moyen et long terme pour la communication de mon entreprise
- Savoir définir les supports et actions qui me seront utiles, et que je suis en mesure de déployer avec les moyens que j'ai (moyens humains, financiers, logistique, temps, compétences)
- Savoir penser le déploiement de ma communication dans un plan, un calendrier, et gérer sa mise en œuvre

## Moyens et processus pédagogiques :

Le processus pédagogique démarre dès lors que la convention est signée, et est engagé 2 semaines avant le premier jour de la formation.

- 1. AVANT la formation :** un questionnaire est adressé par mail, qui fait l'objet d'un entretien téléphonique pour valider la bonne compréhension de vos réponses. Il permet de recueillir des informations sur :
  - La maturité du stagiaire par rapport au sujet, ce qu'il pratique déjà, les formations qu'il aurait déjà suivies, ses connaissances en communication d'entreprise.
  - Son activité, son domaine d'activité, sa structure, ses offres de produit et de service.
  - Ses projets, ce qu'il souhaite accomplir grâce à la formation, ce qu'il en attend.
- 2. PENDANT la formation :**
  - Un support projeté, dont les contenus sont adaptés sur-mesure à chaque session, permet d'ancrer le sujet traité visuellement et d'illustrer le propos avec des visuels suggestifs (images, mots-clés, graphiques, exemples). Ce support est transmis par mail à l'issue de la formation, agrémenté de commentaires qui rappellent les échanges propres à la formation concernée.
  - Alternance théorie / pratique : chaque stagiaire contextualise la théorie à son cas particulier, avec des ateliers et exercices qui lui permettent d'amorcer le travail de montage de son propre plan de communication.
  - Inter personnalité : les stagiaires peuvent être invités à exposer leur sujet au groupe, et partager ses interrogations, pour profiter des avis extérieurs de ses pairs.
- 3. APRES la formation :**
  - Un questionnaire de satisfaction est à remplir à l'issue de la dernière heure de formation.
  - Il est proposé au stagiaire d'adresser son travail de synthèse (stratégie rédigée, plan dans un calendrier) pour s'assurer de la bonne appropriation des connaissances vues en formation. A défaut, un test d'évaluation (cas pratique, QCM, questionnaire) est adressé.

## **Plan de la formation « monter ma stratégie de communication » :**

### **1. Les bases de la communication d'entreprise**

- a. Définition et fonction dans l'entreprise
- b. Les différents modes de communication (médias, supports, typologies d'actions)
- c. Le kit de com' de base de toute entreprise, quelle que soit sa taille (de l'identité de marque au site web)

### **2. Point de départ de ma réflexion stratégique : qui je suis ?**

- a. Quelle est mon offre : qu'est-ce que je vends ?
- b. Quelle est ma cible (aujourd'hui, et demain...)
- c. Quels sont mes arguments différenciants ? Quelle est ma proposition de valeur ?
- d. Quel est mon marché. Qui sont mes concurrents ?

### **3. Adopter un regard critique et analyser la situation**

- a. Mon image : est-elle en adéquation avec qui je suis ?
- b. Mes supports existants : sont-ils cohérents avec mon positionnement
- c. Mes arguments différenciants : est-ce que je les connais réellement et est-ce que je les mets en avant (surtout par rapport à mes concurrents)

### **4. Définir ses objectifs qualitatifs et quantitatifs**

- a. Mes objectifs de communication au service de mon développement
- b. Objectiver la qualité
- c. Objectiver la quantité
- d. Du rêve à la réalité : faire le point de mes ressources pour y arriver

### **5. Définir ma stratégie... ou choisir mon angle d'attaque !**

- a. Savoir lister mes points forts et mes points faibles
- b. Dégager mes zones de risques et les opportunités à saisir
- c. Définir ma stratégie

### **6. Ma « liste de courses » : quelles actions et quels supports choisir ?**

- a. L'image / l'identité de marque
- b. Les supports imprimés
- c. Les supports numériques
- d. Les actions de communication : événements et opérations marketing

## || 7. Je chausse ma casquette chef de projet

- a. Définir un ordre de déploiement
- b. Appréhender la faisabilité pour tenir des délais réalistes
- c. Poser dans un calendrier
- d. Adapter en fonction de mes contraintes particulières : saisonnalité, actualité économique...

## || 8. Je me lance !

- a. Qui fait quoi ?
- b. Comment monter un brief pour un prestataire ?
- c. Comment manager la création ?
- d. Evaluer les résultats : poser des indicateurs de performance.
- e. M'adapter à partir du plan : faire face aux imprévus pour mieux rebondir.

---

Document mis à jour le 14/05/2021