

C01



# Développer une stratégie d'image et de communication

## Objectif

Être capable de réfléchir, de formuler une image juste et une stratégie de communication conformes au dessein de l'entreprise Être capable de réfléchir, de formuler une image juste et une stratégie de communication conformes au dessein de l'entreprise.

## Programme

Réfléchir l'image : qui suis-je et pourquoi communiquer ? Les définitions, les objectifs, les caractéristiques, la stratégie, bâtir un plan de communication : comment communiquer ? Lister les objectifs, définir les messages publicitaires, hiérarchiser les cibles, choisir les moyens de communication, étude de cas, résolution de problématique d'images, plan de communication.

## Durée

2 jours

## Dates et lieux

Paris : les 9 et 10 février

Paris : les 6 et 7 juillet

Paris : les 12 et 13 novembre

Besançon : les 12 et 13 janvier

Besançon : les 25 et 26 mai

Besançon : les 7 et 8 octobre

C02

# Concevoir son journal d'entreprise



## Objectif

Être capable de créer son propre journal d'entreprise, bulletin ou lettre d'information interne ou externe.

## Programme

Introduction : théorie élémentaire de la communication (le message, sa signification, l'émetteur, le canal et le récepteur, les modes de communication, les techniques de communication), la stratégie éditoriale (les attentes des lecteurs, la déontologie et la politique éditoriale, le style, le titre, les rubriques), la mise en oeuvre et les étapes de réalisation du bulletin (l'organisation et la planification, la conception-rédaction, la conception de la maquette, la diffusion).

## Durée

2 jours

## Dates et lieux

Paris : les 23 et 24 février

Paris : les 22 et 23 octobre

Besançon : les 16 et 17 avril

Besançon : les 14 et 15 décembre

C03

# Réussir son salon professionnel



## Objectif

Définir son projet, planifier l'organisation, maîtriser les coûts, optimiser les retombées.

## Programme

Pertinence de la participation à un salon. Choix des produits à présenter. Choix d'un lieu et d'une date. Constitution d'un rétro-planning intégrant tous les détails de l'organisation. Réflexion et choix des supports, des contenus, de la diffusion de la communication sur l'évènement. Le stand, les éléments d'exposition et les modalités de présence, sélection et relation avec les prestataires. Démarche commerciale sur le salon et à l'issue de l'évènement.

## Durée

2 jours

## Dates et lieux

Paris : du 11 au 15 mai

Paris : du 14 au 18 décembre

Besançon : les 26 et 27 janvier

Besançon : les 8 et 9 juin

C04

# Savoir animer son équipe



## Objectif

Acquérir les réflexes de base pour l'animation et la motivation de vos équipes avec l'aide des méthodes et des outils du manager. Acquérir l'art de manager efficacement au quotidien.

## Programme

Définir le rôle de manager. L'objectif de l'équipe. Distribuer le travail. Piloter et faire progresser son équipe. Savoir réagir. Savoir communiquer. Reconnaître les individus, attribuer une place à chacun. Définir le cadre des initiatives. Agir, archiver, motiver au quotidien, se montrer décideur. Utiliser les moyens de l'entreprise.

## Durée

3 jours

## Dates et lieux

Paris : du 16 au 18 mars

Paris : du 21 au 23 septembre

Besançon : du 3 au 5 juin

Besançon : du 1er au 3 décembre

C05

# Bien communiquer avec les médias



## Objectif

Maîtriser les techniques de relation avec la presse et mieux connaître ses attentes. Mettre en oeuvre les outils indispensables à la communication avec la presse et établir une relation de type « partenariale ».

## Programme

Mettre la communication en cohérence avec le projet d'entreprise et son discours général.

Quand avoir recours à la communication « presse »? Le rôle des services et du chargé de communication. La relation avec les journalistes. Les outils : le communiqué de presse, la conférence de presse, le dossier de presse. Réalisation de communiqués et de corrigés, déclinaisons d'un thème en dossier de presse, analyse de dossier de presse (benchmark). Le conflit avec le journaliste et les avantages pour la communication interne.

## Durée

5 jours

## Dates et lieux

Paris : du 15 au 19 juin

Paris : du 7 au 11 décembre

Besançon : du 25 au 29 mai

Besançon : du 2 au 6 novembre

C06

# Le b-a-ba de l'écriture journalistique



## Objectif

Acquérir les bases de l'écriture journalistique et les appliquer dans la réalisation d'articles de journaux, de bulletins et de newsletters.

## Programme

Les nouvelles habitudes des lecteurs et les niveaux de lecture. Entrer en phase avec les attentes des lecteurs. Le choix des mots, la construction des phrases, le message essentiel, l'organisation d'un article. Trouver le bon titre, rédiger un chapeau, les inter-titres, les légendes, le rapport titre-photo. Les genres journalistiques : la brève, l'écho, le compte-rendu, le reportage, l'interview, l'enquête et le portrait. Les outils rédactionnels. Travaux pratiques de rédaction : toilettage des textes, ré-écriture d'articles, portraits croisés. Examen critique des publications des participants.

## Durée

2 jours

## Dates et lieux

Paris : les 27 et 28 avril

Paris : les 24 et 25 septembre

Besançon : les 16 et 17 mars

Besançon : les 2 et 3 juillet

C07

# S'approprier le marketing 2.0



## Objectif

Connaître et bien utiliser les nouveaux outils du marketing.

## Programme

L'évolution du marketing et du consommateur. La communication en pleine mutation. Les réseaux sociaux. L'impact sur l'image et la communication de la marque. Les outils de communication. Blogs, wikis, RSS, Podcast.

## Durée

1 jour

## Dates et lieux

Paris : le 20 mars

Paris : le 25 juin

Paris : le 2 octobre

Besançon : le 16 février

Besançon : le 4 mai

Besançon : le 3 septembre