

ÉLABORER SON PLAN DE COMMUNICATION

Ce que vous vivez

Communiquer juste, ce n'est pas envoyer des messages : c'est atteindre les bonnes personnes, au bon moment, avec la tonalité adaptée. Vous avez peut-être déjà diffusé des informations sans impact réel, sans suivi, ou manqué d'un cadre pour structurer cette communication ? Cette formation vous offre méthode, outils et accompagnement pour formuler des intentions, concevoir des actions et mesurer les effets avec confiance

Pour qui

Agents communicants, chefs de projet ou responsables souhaitant construire un plan de communication professionnel, cohérent et pertinent.

2 jours (14h)

Présentiel ou à distance selon les besoins de votre structure

1 390 € HT

Objectifs de la formation

- Définir des objectifs de communication SMART
- Sélectionner les publics, messages et canaux adaptés
- Construire un plan de communication structuré et cohérent
- Mettre en œuvre les actions prévues efficacement
- Suivre et évaluer l'impact de votre plan à l'aide d'indicateurs pertinents

Méthodes pédagogiques

- Apports ciblés
- Echanges de bonnes pratiques entre pairs
- Exercices ludiques
- Cas pratiques
- Élaboration d'un plan d'actions personnel de progression

Modalités d'évaluation

- Recueil d'attentes et analyse des besoins (avant la formation)
- Observation et évaluation des exercices et cas pratiques

Contenu de la formation

Définir les enjeux de la communication externe

- Clarifier ce qu'est la communication et ses objectifs
- Comprendre les publics : partenaires, usagers, professionnels...
- Appliquer la "règle des 4P" et ses limites dans votre contexte

Cerner vos sujets et messages

- Identifier les types de plan (promotionnel, informatif, sensibilisation...)
- Repérer les éléments clés à communiquer
- Poser les messages essentiels et la tonalité associée

Réaliser un diagnostic communication

- Faire le point sur les dispositifs existants
- Repérer les forces, faiblesses et axes de progression

Organiser votre communication

- Sélectionner les supports adaptés et leurs contraintes
- Intégrer les ressources matérielles, humaines et budgétaires
- Formaliser les objectifs en fonction des cibles
- Rédiger des messages clairs, cohérents et précis

Piloter la mise en œuvre

- Sélectionner et prioriser les actions à lancer
- Planifier dans le temps (média planning, échéancier)
- Veiller à la cohérence visuelle et à l'adhésion aux valeurs institutionnelles

Évaluer et ajuster son plan

- Définir les indicateurs d'efficacité (quantitatifs et qualitatifs)
- Mettre en place les outils de suivi (tableaux, questionnaires, retours...)
- Ajuster le plan en continu selon les retours

Profil de l'intervenant

Formateur ou formatrice en communication professionnelle avec expérience terrain, spécialiste des relations publiques et de la communication institutionnelle.

Accessibilité

Nous nous engageons à rendre cette formation accessible, avec des supports adaptés et des aménagements possibles selon les besoins de chaque participant.