

## LES BASES DE LA COMMUNICATION



### LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- . DIFFÉRENCIER LES ÉTAPES D'UN PLAN DE COMMUNICATION
- . CHOISIR UNE DOCUMENTATION ADAPTÉE EN FONCTION DE LA CIBLE VISÉE
- . ENUMÉRER LES CARACTÉRISTIQUES DES DOCUMENTATIONS PRINT
- . ENUMÉRER LES CARACTÉRISTIQUES DES DOCUMENTATIONS DIGITALES
- .

### PUBLIC CONCERNÉ

La formation s'adresse à tout gérant d'entreprise ou salarié d'entreprise qui souhaite savoir avec quels outils communiquer et à quelle cible, afin d'augmenter leur visibilité.

### PRE-REQUIS

Cette formation intègre des notions de bases dans la spécialité, il n'y a pas de pré-requis particulier. Un questionnaire de positionnement aura lieu avant le début de la formation dans le but d'adapter le rythme, le contenu et les exercices pratiques associés.

### DUREE ET ORGANISATION

La formation s'organise en 2 sessions pour une durée totale de 8h. L'effectif de stagiaires est basé sur un format de 1 à 8 personnes maximum. La formation se déroule en présentiel. Suivant le cas de figure, elle peut avoir lieu dans l'entreprise ou dans une salle formation prévue à cet effet.

### MODALITES PEDAGOGIQUES

La méthode pédagogique utilisée dans cette formation se déroule avec une alternance d'écoute active, de pratique à l'oral et d'exercices pratiques. Les outils utilisés pendant la formation sont les suivants : paperboard, vidéoprojecteur, diaporama et supports papiers (exercices...)

### SUIVI ET EVALUATION

A la fin de la formation, il sera remis au stagiaire une attestation de stage et des supports de cours (papier ou numérique). Un questionnaire fera l'objet d'une évaluation à chaud sur le déroulement de la formation (locaux, formateur, supports utilisés...). Le suivi post-formation est effectué via un formulaire disponible en ligne.

L'évaluation du stagiaire se fait par l'intermédiaire de Quiz et d'exercices pratiques ou de contrôle continu.

### ENCADREMENT

La formation sera assurée sous le contrôle de Fanny LE SAUX, diplômé en COMMUNICATION et MARKETING, et disposant de 15 ans d'expérience dans son domaine.



#### DATES ET LIEU DE FORMATION :

Communiqués sur la convention de formation



**Durée : 8H**



**Groupe : 1 à 8 max**



#### CONTACT

**Fanny LE SAUX**

06 95 15 82 41

[laptitecomdefanny@gmail.com](mailto:laptitecomdefanny@gmail.com)

## LES BASES DE LA COMMUNICATION

### CONTENU DE LA FORMATION

#### **A DIFFÉRENCIER LES ÉTAPES D'UN PLAN DE COMMUNICATION**

Définir les objectifs et le message d'une campagne de communication

Définir un Budget pour sa campagne de communication

#### **B CHOISIR UNE DOCUMENTATION ADAPTÉE EN FONCTION DE LA CIBLE VISÉE**

Choisir une documentation adaptée en fonction de la cible visée

Lister les différents outils de communication Print et Digitaux

#### **C ENUMÉRER LES CARACTÉRISTIQUES DES DOCUMENTATIONS PRINT**

Lister les avantages et les inconvénients des documentations print

Surveiller la typologie et la mise en page des documentations print

#### **D ENUMÉRER LES CARACTÉRISTIQUES DES DOCUMENTATIONS DIGITALES**

Lister les avantages et les inconvénients des documentations digitales

Adapter la typologie et la mise en page des documentations digitale à l'internaute