

LES BASES DE LA COMMUNICATION



LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- . Élaborer les objectifs et le message d'une campagne de communication
- . Estimer le budget nécessaire pour une campagne de communication
- . Sélectionner les supports de communication adaptés à la cible
- . Comparer les outils de communication print et digitaux

PUBLIC CONCERNÉ

La formation s'adresse à tout gérant d'entreprise ou salarié d'entreprise qui souhaitent les bases de la communication

PRE-REQUIS

Cette formation n'a pas de prérequis particuliers et ne nécessite pas de compétences particulières mais il est conseillé d'avoir des bases dans l'utilisation des réseaux sociaux. Un questionnaire de positionnement est prévu pour adapter les séquences pédagogiques aux besoins spécifiques de l'apprenant. Il peut être réalisé en ligne ou lors d'un entretien individuel.

DUREE ET ORGANISATION

La formation s'organise en 1 jour pour une durée totale de 8 heures. La formation se déroule en présentiel, soit en individuel soit en collectif de 8 personnes maximum. Suivant le cas de figure, elle peut avoir lieu sur le lieu de l'entreprise du client ou dans une salle de 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

À la fin de la formation, il sera remis au stagiaire un certificat de réalisation de formation et des supports pédagogiques (papier ou numérique). Le stagiaire sera soumis à un questionnaire d'évaluation à chaud sur le déroulement de la formation (locaux, formateur, supports utilisés...). L'évaluation du stagiaire se fait par l'intermédiaire d'une grille d'évaluation lors d'exercices pratiques réalisés. Le suivi post-formation est effectué de 3 à 6 mois lors d'un entretien.

ENCADREMENT

La formation sera assurée sous le contrôle de Fanny LE SAUX, diplômée 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 : 8 h



Groupe : 8 personnes max



CONTACT

Fanny LE SAUX

06 95 15 82 41

laptitecomdefanny@gmail.com

LES BASES DE LA COMMUNICATION

CONTENU DE LA FORMATION

A Élaborer les objectifs et le message d'une campagne de communication

- Identifier les objectifs de communication d'une campagne
- Formuler le message clé adapté à une cible précise
- Estimer le budget nécessaire pour une campagne de communication
- Lister les postes de dépenses d'un plan média
- Élaborer un budget prévisionnel cohérent

B Sélectionner les supports de communication adaptés à la cible

- Identifier les supports de communication selon les cibles
- Choisir les outils les plus pertinents pour la stratégie
- Comparer les outils de communication print et digitaux
- Lister les avantages des supports print et digitaux
- Comparer l'usage des outils print et digitaux