

ANALYSER LA COMMUNICATION DE SON ENTREPRISE



LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- . Lister les différents éléments qui s'intègrent dans une communication d'entreprise
- . Décrire l'impact des outils de communication sur l'activité de l'entreprise
- . Décrire l'impact des outils digitaux sur l'activité de l'entreprise
- . Créer un rapport structure pour préparer de plan d'action à suivre

PUBLIC CONCERNÉ

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

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 jours 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, 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 : 8 h



Groupe : 8 personnes max



CONTACT

Fanny LE SAUX

06 95 15 82 41

laptitecomdefanny@gmail.com

ANALYSER LA COMMUNICATION DE SON ENTREPRISE

CONTENU DE LA FORMATION

A Lister les différents éléments qui s'intègrent dans une communication d'entreprise

Enumérer tous les éléments composant la charte graphique
Identifier tous les canaux et outils de communication utilisés
Décrire l'impact des outils de communication sur l'activité de l'entreprise
Evaluer la performance commerciale et analyser l'activité des clients
Rappeler la stratégie marketing et le positionnement de l'entreprise

B Décrire l'impact des outils digitaux sur l'activité de l'entreprise

Examiner et quantifier les résultats obtenus sur les trafic web et réseaux sociaux
Quantifier la présence web par le référencement et les différents annuaires
Créer un rapport structure pour préparer de plan d'action à suivre
Rassembler tous les éléments autour d'un document type d'audit ou de diagnostic
Dissocier les chiffres obtenus par année d'exercice ou par année civile