



- Renforcer l'efficacité et la performance de vos communications
- Stages 2012**

# Formations



## Communication opérationnelle

Renforcer son Efficacité professionnelle

Etre à l'aise avec l'orthographe

Structurer sa communication  
Convaincre  
À l'oral et  
À l'écrit

Assurer L'impact des e-mails

Concevoir des présentations convaincantes

Bien communiquer en réunion : animateur, participant

## Motivation D'équipe

Organiser un diagnostic impliquant, anticiper avant d'agir

Animer un Groupe :  
Techniques  
Et outils

Accompagner le changement anticiper, manager

Démarches et outils pour conduire le changement

Mettre la créativité au service de l'efficacité

## Techniques de communication

Organiser des évènements professionnels

Elaborer une communication de projet

Communiquer mieux en dépensant moins

Profession-naliser la fonction communication



# Renforcer son efficacité professionnelle

Communication  
opérationnelle

**Publics :** Collaborateur, équipe d'encadrement, managers.

**Objectifs pédagogiques :**

**S'affirmer dans son environnement professionnel**

**Acquérir des outils et méthodes pour améliorer son efficacité et mieux travailler avec les autres.**

**Contenus :**

**Situer son rôle dans l'entreprise :**

- Comprendre les finalités de l'entreprise, ses valeurs, sa culture, son contexte
- Situer la valeur ajoutée de la fonction communication
- Situer son rôle dans l'équipe : statut, missions, objectifs individuels

**Communiquer avec efficacité :**

- Prendre conscience de son attitude et s'entraîner à l'écoute active.
- Rappeler les différents canaux de communication,
- Adapter sa communication en fonction de ses interlocuteurs

**Organiser son temps :**

- Gérer son temps - Agir face aux dysfonctionnements et adopter les bonnes solutions
- Déterminer des objectifs réalistes et efficaces.

**Développer sa créativité et choisir la bonne solution**

- Analyser la situation
- Utiliser des techniques de créativité : braimstorming, carte mentale, scénario catastrophe...
- Choisir la meilleure solution selon les enjeux et la facilité de mise en œuvre.

**Mieux travailler avec les autres**

- Se connaître et gérer sa relation aux autres
- Mieux faire passer ses messages : idées forces, points clés
- Associer et déléguer

**Déterminer ses points d'amélioration**

- S'auto évaluer pour imaginer l'avenir - Décider de points d'amélioration réalistes
- S'engager dans un plan de progrès.

**Durée : 5 jours : 3 jours puis 2 jours**

# Etre à l'aise avec l'orthographe

**Publics :** Collaborateurs, membre de l'encadrement, managers.

**Objectifs pédagogiques :**

**Acquérir des réflexes et appréhender des moyens mnémotechniques pour maîtriser les principales difficultés de l'orthographe française. Renforcer ses acquis sur les basiques de la grammaire et éviter les principaux pièges.**

**Contenus :**

**Situer l'orthographe dans l'efficacité professionnelle :**

Mémoriser : le pouvoir de la mémoire, l'oubli

Rappeler les facteurs et principes pour bien mémoriser

Se donner les moyens d'aller plus loin.

**Rappeler les basiques : les différents types de phrases et leurs impacts.**

Reconnaître une phrase simple

Reconnaître une phrase complexe.

**Utiliser les verbes**

Différencier le temps, le mode, les personnes

Reconnaître les verbes réguliers et irréguliers

Retenir l'essentiel et repérer les trucs et astuces.

**Accorder les verbes**

Gérer l'accord avec le sujet, les adverbes de quantité, les expressions

Repérer les cas particuliers.

**Accorder les participes passés**

Les reconnaître : infinitif ou non – sans auxiliaire.

Accorder avec l'auxiliaire être ou l'auxiliaire avoir

S'exercer et rappeler les cas particuliers.

**Gérer les autres accords**

Accorder les adjectifs

Accorder les mots composés.

S'y retrouver dans les subtilités orthographiques : chiffres en lettres, mots perturbateurs, consonnes, accents, trait d'union...

**Durée : 3 jours**

# Structurer sa communication ; convaincre à l'écrit

Communication  
opérationnelle

**Publics :** Collaborateurs, Membres de l'encadrement, Managers

**Objectifs pédagogiques :**

**S'affirmer dans son environnement professionnel**

**Acquérir un savoir-faire pour renforcer la force de ses messages et améliorer son efficacité.**

**Contenus :**

**Acquérir une vision globale :**

Prendre conscience de notre communication orale, écrite

**Analyser le lien entre attitudes et objectif :**

Prendre conscience de l'effet de nos attitudes

Découvrir les clés de la motivation - Clarifier son objectif - Confirmer ses choix.

**Enrichir et structurer son message :**

Expérimenter la recherche de l'essentiel : idées forces, points clés.

Différencier « expliquer de convaincre »

S'exercer sur des cas concrets.

**Ordonner et mettre en forme**

Réguler la progression des idées

Articuler pour dynamiser

Mettre en forme : mécanismes de lecture, règles.

**Appliquer et s'entraîner**

Travailler sur des exemples de notes, e-mails.

Réaliser des transmissions de consigne orale

S'entraîner à s'entraider.

**Déterminer ses points d'amélioration**

S'auto évaluer pour imaginer l'avenir

Décider de points d'amélioration réalistes

S'engager dans un plan de progrès.

**Durée : 3 jours**

# Structurer sa communication : convaincre à l'oral

Communication  
opérationnelle

**Publics :** Collaborateur, Membres de l'encadrement, Managers

**Objectifs pédagogiques :**

**Acquérir un savoir-faire pour renforcer la force de ses interventions, améliorer son efficacité et son aisance relationnelle.**

**Contenus :**

**Acquérir une vision globale :**

Prendre conscience de notre communication orale, écrite.  
Rappeler les règles d'une présentation réussie.

**Analyser le lien entre attitudes et objectif :**

Prendre conscience de l'effet de nos attitudes  
Découvrir les clés de la motivation  
Clarifier son objectif

**Concevoir et articuler :**

Dégager l'essentiel : idées forces, points clés.  
Communiquer pour convaincre : notion de résultat attendu.  
S'exercer sur des cas concrets.

**Organiser et présenter :**

Réguler la progression des idées  
Articuler pour dynamiser  
Rédiger et présenter : règles de conception des transparents.

**Appliquer et s'entraîner**

Travailler sur des exemples de notes, e-mails, ...  
Réaliser des présentations orales.  
S'entraîner à s'entraider.

**Déterminer ses points d'amélioration**

S'auto évaluer pour imaginer l'avenir  
Décider de points d'amélioration réalistes  
S'engager dans un plan de progrès.

**Durée : 3 jours**

**Publics :** Collaborateurs, Membres de l'encadrement, Managers

**Objectifs pédagogiques :**

**Assurer l'impact des e-mails, améliorer l'efficacité professionnelle et gagner du temps.**

**Contenus :**

**S'interroger sur les enjeux de l'E-mail :**

Comprendre l'intérêt de maîtriser ses écrits

Dégager les avantages mais aussi les risques

Positionner la Valeur ajoutée de l'E-mail par rapport aux autres outils : courrier, téléphone

**Mieux gérer sa messagerie :**

Rappeler les principales fonctionnalités

Avoir le bon réflexe pour le bon interlocuteur

Adopter les bons réflexes.

**Construire un message percutant :**

Clarifier le résultat attendu

Structurer le message : idées forces, points clés.

Réguler la progression des idées

**Appliquer et s'entraîner**

Mettre en forme : style, ton, phrases courtes, vocabulaire,

Travailler sur des exemples

S'entraîner à s'entraider.

**Déterminer ses points d'amélioration**

S'auto évaluer pour imaginer l'avenir

Décider de points d'amélioration réalistes

S'engager dans un plan de progrès.

**Durée : 2 jours**

# Concevoir des présentations convaincantes

**Publics :** Collaborateurs, équipes d'encadrement, managers.

**Objectifs pédagogiques :**

**Renforcer la force de ses messages, améliorer la qualité de ses présentations et leur pouvoir de conviction.**

**Contenus :**

**Déterminer le niveau de conception :**

Adopter la démarche créatrice

Se rappeler les règles de base : fond, forme, impact, clés d'efficacité - Utiliser les bons outils.

**Mettre toutes les chances de son côté :**

Préparer un bon scénario - Connaître son public - Définir un contenu irréprochable

**Construire avec méthode :**

Adopter la bonne démarche : commencer par la fin

Rassembler les éléments et les relier de manière cohérente et logique

Déterminer le niveau : texte : idées clés, illustration, schématisation, visualisation

Suivre les étapes : analyse, esquisse, maquette, test, réalisation

**Mettre en scène sa présentation :**

Ne pas négliger les détails : syntaxe, orthographe, jargons, sigles...

Faire passer un message par transparent

Apporter une valeur ajoutée à chaque transparent

Prendre en compte la charte graphique

**Interpréter avec talent**

Revoir les règles d'une intervention réussie

Préparer son intervention : entraînement, test - Maîtriser la technique

Etre attentif à son public et maîtriser son expression orale.

**Déterminer ses points d'amélioration**

S'auto évaluer pour imaginer l'avenir

Décider de points d'amélioration réalistes

S'engager dans un plan de progrès.

**Durée : 3 jours**



# Animer des réunions

---

**Publics :** Collaborateurs, Membre de l'encadrement, Managers.

**Objectifs pédagogiques :**

**Choisir les techniques d'animation adaptées aux résultats attendus et aux publics.  
Maîtriser les phénomènes de groupe.**

**Contenus :**

**Se préparer à animer :**

Reconnaître les différentes attitudes : la peur de s'exprimer, le désir de s'imposer  
Rappeler le fonctionnement du groupe, les rôles et statuts des participants  
Animer c'est d'abord écouter

**Choisir la bonne technique :**

Reconnaître le type de réunion : information, résolution de problème, concertation, évaluation, prise de décision

**Préparer la réunion :**

Définir le sujet, l'objectif - Préparer l'invitation, le plan, les documents - Anticiper : état d'esprit, maîtrise de soi,

**Animer la réunion :**

Présenter les sujets et objectifs de la réunion  
Lancer la discussion  
Utiliser les questions directes  
Faire progresser la réunion  
Recentrer la discussion  
Gérer le groupe  
Animer la réunion : comprendre les points de vue, stimuler et calmer le débat  
Conclure et gérer le suivi

**S'exercer et pratiquer :**

S'entraîner à animer la démarche : simulation d'animation.  
Mettre en place les outils de mesure : évaluation, indicateurs.  
Déterminer ses points d'amélioration

**Durée : 2 jours**

# Participer activement en réunion

**Publics :** Collaborateurs, Membres de l'encadrement, Managers

**Objectifs pédagogiques :**

**Gagner en efficacité et en productivité lors des réunions**

**Donner aux participants les clés pour renforcer leur valeur ajoutée.**

**Contenus :**

**Identifier le type de réunion et son fonctionnement :**

Etre conscient des différences selon les réunions : information, avancement, validation de projet, d'équipe, etc...

Situer les rôles de chacun : animateur, participant

**Connaître les droits et devoirs de chacun :**

Clarifier les droits et devoirs des participants : information préalable, droit à la parole, respect des horaires, préparation intervention...

Clarifier les devoirs de l'animateur : préparation sujets, ordre du jour, invitations, animation, régulation...

**Rappeler les temps forts d'une réunion :**

Préparer avant : du point de vue animateur, du point de vue participant

Animer et participer activement

Conclure et suivre les actions décidées.

**Avoir un comportement adapté**

S'intéresser au sujet, recherche des solutions, travailler en groupe

Anticiper les difficultés

Ecouter et faire avancer le débat.

**Rester engagé**

Etre solidaire des décisions prises

Réaliser les actions convenues dans les délais

Faire un bilan sur la qualité de son intervention et ses points de progrès.

**Durée : 3 jours**

# Organiser un diagnostic impliquant : anticiper avant d'agir

Motivation  
D'équipe

**Publics :** Membres de l'encadrement, Managers, personnes en charge de Communication ou Ressources Humaines.

**Objectifs pédagogiques :**

**Utiliser une démarche participative pour faire prendre conscience des dysfonctionnements et proposer des solutions.  
S'entraîner à construire des sondages d'opinion participatifs.**

**Contenus :**

**Communiquer pour préparer un changement :**

Sonder le présent pour préparer l'avenir : outil de management, enjeu de la communication

Avoir les conditions requises : motivation, aptitudes, compétences, respect de la démarche, objectivité et confidentialité.

Identifier le niveau d'implication : rejet, doute, intérêt, adhésion, implication.

**Découvrir les clés de l'animation :**

Connaître les principes d'action : objectifs et conditions d'efficacité

Assurer les résultats : objectifs, climat, motivation, actions, dynamique

Préparer l'animation : atouts de l'animateur, préparation séance, dossier guide, ...

**Construire la démarche de diagnostic :**

Structurer le questionnaire : questionnaire combiné choix et libre expression. Définir l'échantillon représentatif.

Préparer l'expression : individuelle – synthèse en sous-groupes – synthèse collective.

Organiser la séance : fonctionnement – timing – outils – feed-back – résultats concertés.

**Préparer les conditions de réussite :**

Impliquer le management : orientations – adhésion - engagement

Préparer les collaborateurs : implication – test – participation active

Partager les résultats et engager les plans d'action.

**Tester sur un cas concret :**

Vivre certaines séquences clés de la phase conception et de l'animation.

Analyser les résultats attendus des séquences

Transposer sur les sujets professionnels des participants.

**S'exercer et pratiquer :**

Mettre en place les outils de mesure : évaluation, indicateurs et s'exercer

Déterminer ses points d'amélioration

**Durée : 3 jours**

# Animer un groupe : le faire évoluer vers le résultat attendu

**Publics :** Managers, DRH, Responsables de communication.

**Objectifs pédagogiques :**

**Acquérir une démarche organisée permettant de faire passer un groupe du non intérêt, du doute, à l'implication puis à l'action. S'entraîner à construire des animations simples et efficaces.**

**Contenus :**

**Appréhender les apports d'une animation efficace :**

- Identifier les principales situations d'animation en milieu professionnel
- Clarifier les rôles et valeurs ajoutées des animateurs selon les sujets.
- Evaluer leur efficacité et les voies de progrès.

**Découvrir les clés de l'animation :**

- Connaître les principes d'actions : objectifs et conditions d'efficacité
- Assurer les résultats : objectifs, climat, motivation, actions, dynamique
- Préparer l'animation : atouts de l'animateur, préparation séance, dossier guide, ...

**Présenter la démarche d'animation :**

- Découvrir les étapes : attente – réflexion – expression – implication – appropriation et action

**Tester sur un cas concret :**

- Analyser un dysfonctionnement ou un plan de progrès
- Construire la structure d'animation et les attendus
- Identifier les outils et supports appropriés : outils d'expression, de réflexion, découverte, mise en action, etc...

**S'exercer et pratiquer :**

- S'entraîner à animer : simulation d'animation.
- Mettre en place les outils de mesure : évaluation, indicateurs.
- Déterminer ses points d'amélioration

**Durée :** 2 jours

**Approche pédagogique :**

- Mises en situation à partir de sujets professionnels : fil rouge, sujets stagiaires.
- Challenge entre participants et partage d'expérience.

**Prérequis :** l'expérience dans l'animation de groupe est un plus indéniable.

# Accompagner le changement

Motivation  
D'équipe

**Publics : Chefs de Projets, Managers.**

**Objectifs pédagogiques :**

**Comprendre le changement et anticiper les risques : enjeux, leviers, freins, impacts sur l'organisation et les hommes**  
**Manager le changement : rôle du manager, adaptation des équipes, impact sur l'organisation et les compétences.**

**Contenus :**

## **Appréhender le changement**

Clarifier la notion de changement : causes de résistance, leviers et degrés de changement, enjeux et impacts  
Identifier les différents types de changement  
Connaître les treize facteurs facilitant la réussite d'un projet de changement

## **Comprendre ses répercussions :**

Identifier les répercussions dans l'organisation, le lien avec l'environnement et les marchés  
Faire évoluer les mentalités, les processus, la culture  
Positionner le rôle du management

## **Préparer le changement**

Reconnaître les différentes formes d'organisation : équipes mobiles, plateau, réingénierie des processus, projets transversaux  
Préparer les ressources humaines

## **Préparer les équipes**

Connaître, reconnaître les attentes et les craintes  
Situer le rôle et la valeur ajoutée de chacun  
Identifier les compétences nécessaires et anticiper les conflits

## **Elaborer sa propre stratégie de changement**

Identifier les stratégies d'acteurs  
Manager le changement en mode projet  
Gérer le changement : démarche, système de pilotage, accompagnement communication, formation.

**Durée : 2/3 jours à ajuster aux besoins.**

# Conduire le changement : démarches et outils

Motivation  
D'équipe

**Publics : Managers, Chefs de projets**

**Objectifs pédagogiques :**

**Préparer et conduire le changement - Communiquer pour impliquer et faire agir les hommes et les équipes**

**Contenus :**

## **Connaître la démarche et le système de pilotage**

Clarifier le cycle du changement

Avoir une vision globale de la démarche : vision, objectifs, plan de déploiement

Accompagner les managers et les équipes - Mesurer l'acceptabilité et mettre en œuvre les outils appropriés

## **Appréhender la nouvelle situation**

Utiliser les outils adaptés : diagnostic de situation, analyse factuelle matrice SWOT

Définir les indicateurs de performance représentatifs

Comprendre la place de la communication dans la réussite du projet

Utiliser les bonnes techniques pour générer motivation et adhésion.

## **Préparer l'accompagnement communication-formation**

Reconnaître le projet : nature, organisation, caractéristiques

Clarifier la stratégie dominante du projet

Définir les acteurs et Structurer le projet : composantes, planning, budgets, étapes

## **Mettre en œuvre la communication projet :**

Repérer les forces en présence : grille de repérage des motivations

Analyser les enjeux : analyse stratégique des acteurs.

Communiquer avant, pendant, après : grille d'analyse, les trois fonctions de la communication et plan de communication

## **Déployer la démarche :**

Respecter les étapes clés et les incontournables de l'analyse

Avoir une vision d'ensemble et vérifier les éléments de mesure à chaque jalon du projet.

## **Préparer les conditions de réussite :**

Impliquer le management : orientations – adhésion - engagement

Préparer les collaborateurs : implication – test – participation active

Partager les résultats et engager les plans d'action.

**Durée : 2 jours**

# Mettre la créativité au service de l'efficacité

Motivation  
D'équipe

**Publics :** Managers opérationnels et Managers services supports, Resp Communication, Resp RH.

## **Objectifs pédagogiques :**

**Maîtriser une démarche puissante et rigoureuse pour faciliter la recherche en groupe de solutions à un problème.  
Pouvoir transmettre ce savoir afin de rendre ses managers plus efficaces au quotidien.**

## **Contenus :**

### **Découvrir les apports de la créativité**

Définir les résultats attendus de ce type d'approche  
Revoir les grands classiques : brainstorming, carte mentale, scénario catastrophe...  
Différencier créativité et résolution de problèmes.

### **Présenter la démarche création :**

Découvrir les étapes : définition du besoin, inventaire des idées, classements des propositions, choix des priorités, planification des actions  
S'approprier les résultats de chaque étape  
Déterminer le cadre de recherche : une idée – une fiche.

### **Tester sur un cas concret :**

Analyser un dysfonctionnement ou un plan de progrès  
Lancer la phase de créativité et générer des idées  
Evaluer l'adéquation enjeux/difficultés  
Organiser la mise en œuvre des idées.

### **S'exercer et pratiquer :**

S'entraîner à animer la démarche : construction outils, simulation d'animation.  
Mettre en place les outils de mesure : plans d'actions, indicateurs.  
Déterminer ses points d'amélioration

### **Transmettre :**

Revoir les clés de l'animation : conditions d'efficacité, trucs et astuces de l'animateur  
Assurer les résultats : objectifs, climat, motivation, actions, dynamique  
Préparer la démultiplication : réglage de l'animation, préparation séance, dossier guide, formation animateurs.

**Durée :** 2 jours 1/2

# Organiser des évènements professionnels

**Publics :** Responsables d'évènements, managers opérationnels.

**Objectifs pédagogiques :**

**Avoir une approche structurée pour préparer et réussir ses évènements d'entreprise**

**Contenus :**

## **Définir le cadre de l'action**

Clarifier les attendus, les contraintes, l'environnement, les attentes managériales

Faire des propositions adaptées et préparer l'enveloppe budgétaire.

Constituer un groupe projet pour conduire l'action : planning, participants, rôles

Obtenir le feu vert : décision d'action, budget alloué, autonomie, points de validation.

## **Préparer l'évènement:**

Construire les contenus : messages, outils pédagogiques, vidéo, affiches...

Adapter l'animation au type d'évènement : salon, présentation produits, forum, séminaire, manifestation intra entreprise,

Faire un repérage : visite lieux, recensement des activités, rencontre avec les intervenants, etc...

Préparer les outils et moyens nécessaires : stand, vitrines, produits, etc...

Préparer la logistique : invitations, suivi réservations, organisation transports, restauration, hôtellerie, cadeaux, moyens techniques, activités ludiques, etc... et dialoguer avec la sous-traitance.

Organiser la Communication : avant – pendant – après. Gérer le budget et suivre l'avancement du projet.

## **Mettre en œuvre**

Anticiper les imprévus : être attentif aux aléas (grève, conditions météorologiques...)

Gérer les imprévus : scénario bis, copies de sauvegarde, double animation.

Former les intervenants, animateurs, bénévoles, etc...

Vérifier, vérifier, vérifier : présence des participants, moyens logistiques, disponibilité des supports et des animateurs, temps d'accès, etc...

Finaliser le scénario d'animation : story-board prévisionnel et faire une « générale ».

## **Animer l'évènement : jour J**

Gérer les imprévus : scénario bis, copies de sauvegarde, double animation

Avoir une « longueur d'avance » sur chaque séquence d'animation

Etre serein et souriant : accueillir et mettre à l'aise ; rassurer les intervenants, ajuster les derniers détails.

Etre rigoureux sur les timings et les temps d'intervention. Remercier les participants et les intervenants.

## **Assurer le suivi**

Faire un débriefing avec groupe de projet. - Mesurer l'impact auprès des cibles : évaluation à chaud, à froid.

Analyser les points forts et les axes d'amélioration

Préparer une synthèse et faire un retour aux participants.

**Durée : 3 jours**



# Elaborer une communication de projet

**Publics : Managers, DRH, Responsables de Communication.**

**Objectifs pédagogiques :**

**Savoir mettre en œuvre une communication adaptée à un projet ciblée, et opérationnelle.**

**Contenus :**

**Connaître la démarche projet :**

- Reconnaître le projet : nature, organisation, caractéristiques
- Clarifier la stratégie dominante du projet
- Structurer le projet : composantes, planning, budgets, étapes
- Définir les acteurs : stratégiques, opérationnels, indirectement impliqués

**Mettre en œuvre la communication projet :**

- Repérer les forces en présence : grille de repérage des motivations
- Analyser les enjeux : analyse stratégique des acteurs.
- Communiquer avant, pendant, après : grille d'analyse, les trois fonctions de la communication et plan de communication

**Déployer la démarche :**

- Respecter les étapes clés et les incontournables de l'analyse
- Avoir une vision d'ensemble et vérifier les éléments de mesure à chaque jalon du projet.
- Ajuster par rapport à la communication globale de l'entreprise

**Préparer les conditions de réussite :**

- Impliquer le management : orientations – adhésion - engagement
- Préparer les collaborateurs : implication – test – participation active
- Partager les résultats et engager les plans d'action.

**Tester sur un cas concret :**

- Vivre certaines séquences clés de la phase conception et de l'animation.
- Analyser les résultats attendus des séquences
- Transposer sur les sujets professionnels des participants.

**S'exercer et pratiquer :**

- S'entraîner à utiliser la démarche
- Mettre en place les outils de mesure : évaluation, indicateurs.
- Déterminer ses points d'amélioration

**Durée : 2 jours**

# Communiquer mieux en dépensant moins

**Publics :** Tout collaborateur ou manager soucieux d'optimiser sa communication.

**Objectifs pédagogiques :**

**Acquérir une vision d'ensemble des outils et moyens indispensables pour communiquer avec un petit budget.**

**Contenus :**

**Se préparer à communiquer :**

- Rappeler les principaux outils de communication
- Clarifier l'objectif et les attendus
- Diffuser son image, montrer son savoir-faire

**Retenir l'attention et fidéliser :**

- Approcher les acheteurs potentiels : lettre, e-mailing, newsletters...
- Avoir un message adapté à son objectif : information, publicité, offre commerciale...
- Structurer son message en fonction des cibles

**S'ouvrir à l'extérieur :**

- Communiquer avec la presse : dossier, conférence de presse, contacts journalistes,
- Communiquer par Internet : outils, hébergement, blogs, ...
- Cibler sa communication : marketing direct
- Utiliser les réseaux sociaux : associations professionnelles, partenaires locaux, écoles, ...

**Utiliser les bons outils de communication :**

- Connaître les préférences de ses cibles : commerçants, industriels, personnel de l'entreprise, partenaires externes,
- Choisir en fonction du résultat attendu, du coût, de la facilité de mise en œuvre
- Faire ou faire faire : prestation interne ou externe - Aider la réflexion : tableau de prise de décision

**S'exercer et pratiquer :**

- Mettre en place les outils de mesure : évaluations, indicateurs, enquêtes sondages.
- Avoir une vision d'ensemble : stratégie et plan de communication sur des cas professionnels

**Durée : 3 jours**

**Approche pédagogique :** Formation action Mise en situation pratique à partir d'exemples ou de cas concrets

- Apports théoriques et découverte de trucs et astuces.
- Ancrage et approfondissements possibles par mise en place d'un tutorat.
- Prérequis : Maîtrise des techniques d'expression et d'animation de groupe

# Professionnaliser la fonction communication

**Publics :** Responsables et chargés de communication interne, Managers.

**Objectifs pédagogiques :**

**Avoir une vue d'ensemble sur les outils à mettre en œuvre pour faire évoluer la communication dans l'entreprise.**

**Contenus :**

## **Diagnostiquer la fonction, faire l'état des lieux**

- Définir le territoire de communication : cibles, acteurs, principes
- Identifier les Missions, fonctions, activités, et l'organisation en place.
- Revisiter le plan de communication existant et tester l'efficacité des outils.

## **Faire évoluer la fonction en fonction des enjeux business :**

- Identifier les principes directeurs attendus
- Prendre en compte les attentes managériales et celles des collaborateurs.
- Conduire la démarche comme un projet : écouter, impliquer, tester, ajuster et décider.
- Décliner les 9 Compétences clés

## **Définir les Postes et profils**

- Responsable de communication : compétences, profil
- Chargé de communication : compétences, profil
- Correspondants de communication : compétences, profils.

## **Décrire la nouvelle organisation**

- Poser les principes fondateurs et les incontournables
- Clarifier l'organisation cible : organigramme, compétences attendues, profils...
- Clarifier le mode d'animation des équipes et les cursus de formation.
- Mettre en place les outils de mesure la performance : entretien annuel, tableaux de bord, auto-évaluation de la communication.

## **Mettre en œuvre la nouvelle organisation**

- Partager à chaque étape du projet : équipes communication, managers, équipe projet
- Valider aux phases clés : comité de pilotage du projet
- Associer les acteurs : pré-positionnement individuel à croiser avec le positionnement managérial.
- Dialoguer et engager les actions de changement.
- Encourager et accompagner.

**Durée : 3 jours**



- **Déroulement :**
  - 1/3 apports théoriques, exemples
  - 1/3 découverte, apprentissage
  - 1/3 échange d'expériences
  
- **Ancrage :**
  - Mises en situation à partir de sujets professionnels
  - Sujet « fil rouge » pour suivre la progression
  
- **Moyens :**
  - Exercices individuels
  - Cas étudiés en binômes
  - Compétition entre équipes
  - Jeux, tests, mises en situation
  
- **Evaluation des acquis :**
  - Grilles d'auto-évaluation
  - Evaluations croisées
  - Plans de progrès
  
- **Approfondissement possible par mise en place d'un tutorat.**

# Etre performant dans sa communication, c'est se différencier grâce à ....

