

LES BASES DE LA COMMUNICATION

Référence du programme

Page 1/2



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 7h. 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 : 7H



Groupe : 1 à 8 max



CONTACT

Fanny LE SAUX

06 95 15 82 41

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