

APPREHENDER LES BASES DE LA COMMUNICATION

Ref : COMM-BAS1-070

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
- . Rédiger ses messages avec des accroches commerciales
- . Définir un budget et analyser la rentabilité d'une action de communication

PUBLIC CONCERNÉ

La formation s'adresse à toutes personnes porteur d'un projet de création d'entreprise et désirant créer une stratégie de communication digitale efficace.

PRE-REQUIS ET POSITIONNEMENT

Cette formation ne nécessite pas de pré-requis particuliers. Un questionnaire de positionnement aura lieu avant le début de 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 7 heures. 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 sur le lieu de l'entreprise du client ou dans une salle de formation prévue à cet effet.

ENCADREMENT

La formation sera assurée sous le contrôle de COLOMAR Thibaut, diplômé d'un certificat professionnel auprès de la FFP et répondant à la norme de Qualité Qualiopi.

SUIVI ET EVALUATION

L'évaluation des acquis du stagiaire se fait par l'intermédiaire de Quizz, d'exercices pratiques ou de contrôle continu. A la fin de la formation, il sera remis au stagiaire une attestation de stage et des supports de cours (papier ou numérique). Le stagiaire sera soumis à un questionnaire d'évaluation à chaud sur le déroulement de la formation (locaux, formateur, supports utilisés...). Le suivi concernant la mise en pratique et les bénéfices des éléments vus en formation sera effectué par le formateur dans les 3 mois qui suivent la fin de l'action de formation

OUTILS ET METHODE PEDAGOGIQUES

Les outils utilisés pendant la formation sont les suivants : Paperboard, vidéoprojecteur, diaporama et supports papiers (exercices, support de cours).

**DATES ET LIEU DE FORMATION :**

Communiqués sur la convention de formation



Durée : 7 heures



Groupe : de 1 à 8 personnes

**CONTACT**

COLOMAR Thibaut

weboffice.formation@gmail.com

06 27 71 72 43

Service administratif

contact@formagest.fr

APPREHENDER LES BASES DE LA COMMUNICATION

Ref : COMM-BAS1-070

Page 2/2

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 REDIGER SES MESSAGES AVEC DES ACCROCHES COMMERCIALES

Utiliser un mode rédactionnel dans les codes de son marché
Créer un speech commercial en analysant les points forts de l'entreprise

D DEFINIR UN BUDGET ET ANALYSER LA RENTABILITE D'UNE ACTION DE COMMUNICATION

Etudier et choisir des prestataires pour créer ou diffuser sa campagne
Calculer et analyser les retour pour définir le ROI de sa campagne