



# Concevoir et mettre en œuvre le plan de communication

(Durée : 4 jours)



*Véritable outil d'aide à la décision, le plan de communication fournit à l'équipe de direction l'occasion d'engager un débat sur les enjeux de la communication pour l'entreprise.*

*Il permet ainsi de donner du sens et de la cohérence aux actions menées en interne et en externe (politique d'image, événementiel, relations avec la presse, publicité, Internet/Intranet, communication de proximité...).*

## ***POUR QUI ?***

---

- Responsables de communication et chargés de communication.
- Responsables des Ressources Humaines.
- Chefs de projet et Managers.

## ***OBJECTIFS***

---

- Identifier les enjeux de la communication dans l'entreprise.
- Déterminer les différents besoins de communication et les traduire en objectifs mesurables.
- Élaborer des plans d'action cohérents avec la stratégie.
- Associer et impliquer les acteurs relais de la communication à tous les niveaux.

## ***PROGRAMME***

---

### **1. Définir les missions de la communication**

- Identifier les enjeux et les acteurs de la communication.
- Préciser le rôle et les compétences du responsable de communication.

### **2. Concevoir et faire vivre le plan de communication**

- Définir des objectifs de communication.
- Articuler les objectifs, les cibles, les messages et les moyens de la communication.
- Choisir, planifier les actions, bâtir le cahier des charges.
- Chiffrer les ressources nécessaires.



## Concevoir et mettre en œuvre le plan de communication

(Durée : 4 jours)



### 3. Évaluer pour améliorer les pratiques et les outils existants

- Auditer le système de communication.
- Déterminer les différents niveaux d'évaluation.
- Concevoir l'évaluation comme une action de communication.
- Intégrer les nouvelles technologies.

### 4. Renforcer les compétences nécessaires pour "vendre" le plan de communication

- Légitimer son rôle de consultant pour impliquer les acteurs.
- Mettre en place un réseau de correspondants communication.
- Maîtriser les techniques de communication pour faire du plan de communication un outil de progrès et de négociation.