





Programme de la formation

Développer sa marque, déployer sa stratégie de communication

-  Individuel sur site
-  35 heures sur 7 jour(s)
-  Indépendant et dirigeant · De 1 à 5 participants
-  3 500 € Net de taxe par participant

Description courte

Cette formation a pour objectif de donner les clefs méthodologiques aux dirigeants d'entreprise pour définir et déployer la communication de leur entreprise ou de leurs produits. De la théorie à la pratique appliquée à leur propre entreprise.

Profil des participants

Indépendant.e.s, chef.fe.s d'entreprise, dirigeant.e.s de TPE / PME, professions libérales

Prérequis

Avoir déjà créé son entreprise

Objectifs

- Donner des repères méthodologiques au Dirigeant pour maîtriser l'image de marque de son entreprise
- Donner des clefs au Dirigeant afin de mettre en place des actions visant à développer la communication de son entreprise et de ses services / produits
- Permettre au Dirigeant de mettre en place des actions de communication pertinente en fonction de sa stratégie définie

Aptitudes et compétences visées / attestées

- Capacité de formalisation d'une réflexion en action
- Compétences stratégiques opérationnelles en marketing et communication
- Stratégie de contenu
- Conception d'actions de communication

Contenu

Jour 1 : Analyse et diagnostic amont

Définition de l'image : image réelle, image perçue, image voulue, image possible

Notion de congruence entre image de l'entreprise et image des produits

Tendances marketing, communication

Benchmark communication

Audit de communication

Jour 2 : Définir un public-cible de communication

Définition de publics-cibles de communication ; profil, valeurs, besoins, attentes, motivation, freins

Définir un public, segmenter

Etablir une cartographie de ses publics

Définir une profil type et un persona

Personas Marketing

Jour 3 : Définir des objectifs de communication

Comprendre la différence entre les familles d'objectifs de communication : cognitif, affectif, conatif

Les familles d'objectifs de communication ; notoriété, image, action

Appliquer la définition d'objectif de communication pour définir une stratégie de communication

Jour 4 : Définir la stratégie de contenu

Réaliser une charte éditoriale

Positionnement éditorial, ligne éditoriale, ton

Champs applicatifs : planning éditorial réseaux sociaux

Définir les bons messages en fonction des publics de communication

La plateforme de messages-clefs

Jour 5 : Définir la stratégie d'actions de communication

Quelles actions en fonction des publics-cibles et des objectifs ?

Concevoir une action : principe, messages, objectifs, publics,

Définir les modalités du plan d'actions : ressources, partenaires, budget, planning

Choisir les bonnes ressources

Etablir le planning de diffusion et le planning de réalisation

Budgéter un plan d'actions

Pédagogie et organisation

Méthodes pédagogiques :

- Théorie / mise en application
- Pédagogie inversée
- Matériel pédagogique :
- Ordinateurs, paper board, post-it

Positionnement et Modalités d'évaluation des acquis

Etude de cas appliquée à l'entreprise

Fiche d'évaluation qualitative de la formation

Mode de validation

- Attestation de fin de formation :

Devant être complétée par Act Rmc / Cadres en Mission

Financements possibles

OPCO ou financement propre

Modalités et délai d'accès

Formation en présentiel

Référent handicap

PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP : *(mise en place de compensation...)*

Contact : Référent handicap 02 51 84 95 55 / 06 49 75 97 71 / elodiefaure@cadresenmission.com

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Ascenseur

Intervenant

Karine Pho

- Consultante en stratégie de marque et communication, enseignante, formatrice et conférencière
- Classe préparation HEC scientifique et Diplôme de l'ICN Ecole de Management de Nancy – Master Grande Ecole en Management BAC + 5

- Depuis septembre 2021 : Maître de conférences associée à l'Université Grenoble Alpes auprès de Masters en Communication d'Entreprise
- 2014-2021 : Enseignante à Sciences Po Grenoble, Université Grenoble Alpes et Grenoble Ecole de Management section Mastère Entrepreneuriat (également école Univeria et Sup de Com Grenoble)
Depuis 2015 : Formatrice ou intervenantes auprès d'entrepreneurs / porteurs de projet de Start-up :
 - Linksium (SATT de Grenoble)
 - Village by CA (Crédit Agricole)
 - Réseau professionnel d'entrepreneures : Réseau Mampreneures France

Depuis 2015 : Formatrice en formation continue au sein du Master Communication des Organisations pour professionnels de l'Université Grenoble Alpes.