Fiche technique de formation

Réf : EGC-MK-03

Communication Évènementielle

La communication événementielle est un levier stratégique essentiel qui doit être réalisée de manière rigoureuse afin de générer des retombées utiles pour l'entreprise, nécessitant des compétences diverses tout à la fois connexes mais également une forte capacité d'adaptation puisque l'événementiel est en constante évolution.

Cette formation vous apportera une méthode permettant d'en maîtriser toutes les étapes, de la conception à la réalisation de vos événements.

Objectif de la formation:

- Définir les objectifs de l'événement ou de la manifestation ;
- Préparer l'événement et impliquer l'ensemble des acteurs ;
- Construire des supports de communication pour l'événement ;
- Concevoir son plan de communication ;
- Définir les comportements à mettre en œuvre le jour de l'événement ;
- Evaluer les retombées de l'événement pour l'entreprise ;
- Justifier ses choix stratégiques et son budget, évaluer les résultats ;
- Intégrer les médias numériques à ses plans de communication.

Public Concerné :

Directeurs / Responsables de communication, Chargé(e) de communication et toute personne amenée à concevoir des plans de communication.

Documentation

Support papier + CD seront remis, pendant et à la fin de la formation.

Durée :

03 Jours

Contenu pédagogique :

1. **Introduction :**
   - Pourquoi un plan de communication ?
   - Identifier les différents types et les différentes formes de plans : interne et/ou externe, global ou spécifique ;
   - Le rôle du communicant à l'ère du digital.
2. **Définir les objectifs de communication :**
   - Formuler des objectifs généraux et des objectifs opérationnels, mesurables ;
   - Prendre en compte les objectifs des autres fonctions et associer le réseau des communicants.
3. **Établir un diagnostic de communication :**
   - La matrice SWOT ;
   - La méthode d'analyse croisée de l'image ;
   - À partir du diagnostic, formuler une problématique de communication et dégager les grandes orientations du plan de communication.

Centre De Formation Le Phare
09 Rue Tabet Salim. Sidi Bel Abbès 22000 Algérie
Tél. : +213 (0) 48 77 03 17 / (0) 48 77 01 40
Fax : +213 (0) 48 77 03 01
E-mail : info@lephare-dz.com

Sanction de la formation :
Une attestation de participation sera remise aux apprenants ayant suivi avec assiduité la formation.

1. **Déterminer et caractériser les publics cibles :**

- Identifier les cibles à atteindre ;
- Analyser leurs caractéristiques, leurs attitudes par rapport à vos problématiques, leurs réseaux d'influence ;
- Cartographier les différents acteurs, bâtir une stratégie d'alliés.

5. **Construire les messages :**

- Élaborer des messages clés performants : la "maison des messages" règle des 5 C ;
- Gérer le décalage entre l'émission et la réception des messages ;
- Optimiser l'impact des messages.

6. **Définir le territoire de communication :**

- Les attributs de l'image : identité, valeurs, style...
- Le positionnement de l'image : promesse,...

7. **Training : exemples concrets :**

Optimiser la mise en œuvre de votre plan de communication :

- Piloter avec des tableaux de bord performants ;
- Organiser la cohérence des actions du plan de communication en fonction des objectifs, de la problématique et du contexte ;
- Évaluer l'impact des actions du plan de communication.

8. **Penser...digital :**

- Dynamiser votre plan de communication en intégrant internet, les supports numériques et les réseaux sociaux.

9. **Faire adhérer en interne :**

- Présenter son plan de manière communicante afin de mieux le « vendre » à votre hiérarchie ;
- Définir les facteurs clés de succès, identifier les freins ;
- Faire accepter votre plan de communication en interne et susciter l'adhésion.

Cas pratiques :

- Élaborer un plan de communication ;
- Intégrer le online à son plan de communication global.

- ***Le contenu de ce programme sera déterminé avec les participants et adapté à leurs préoccupations pratiques.***