



PROMOUVOIR L'ENTREPRISE EN INTERNE ET EN EXTERNE

La communication en entreprise

INFORMATIONS

03 88 47 10 96

mfo@metaformose.org

A QUI S'ADRESSE LA FORMATION ?

- Chefs d'entreprise, RRH
- Managers, chefs de projets et chefs d'équipe
- Tout collaborateur en lien direct avec la communication interne et externe

MÉTHODES ET OUTILS PÉDAGOGIQUES

- Formation en présentiel, interactive axée sur la pratique pour une meilleure compréhension et application
- Supports vidéo et exercices (jeux de rôles, mises en situation...)
- Documents informatiques et papiers

PREREQUIS

- Aucun prérequis nécessaire

NOMBRE DE PARTICIPANTS

3 à 10 personnes

DURÉE DE L'INTERVENTION

2 journées soit 14 heures

8h30-12h et 13h30h-17h

EVALUATION

- Contrôle des connaissances en cours de formation, tests, questionnaires
- Fiche d'évaluation et de satisfaction stagiaire
- Attestation individuelle de formation

INTERVENANTS

- Formateurs seniors experts en management et en communication

Pour réussir sa communication interne et externe, l'entreprise doit se fixer des objectifs et organiser un plan d'actions cohérent. Elle précise ses outils de communication et fait participer l'ensemble de ses collaborateurs, tous ambassadeurs de l'entreprise

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- » Savoir fixer des objectifs de communication interne et externe
- » Comprendre et utiliser les outils de communication
- » Savoir entreprendre les actions à mener
- » Responsabiliser l'encadrement

LE PROGRAMME DE LA FORMATION

1. Définir la communication

- La place de la communication dans l'entreprise
- Les différents acteurs de communication
- La communication écrite, verbale et non verbale
- Les objectifs de la communication

2. La communication interne

- Les fondements de la communication interne
- Les publics cibles
- La stratégie de communication interne
- Les outils et supports de la communication interne, réunions, notes d'information, journal d'entreprise

3. Construire un plan de communication interne

- Définir ses priorités en fonction des objectifs
- Identifier les informations à forte valeur ajoutée
- Distinguer les problématiques d'organisation, de management et de communication
- Répondre aux attentes des collaborateurs

4. La communication externe

- Les objectifs, image et notoriété
- Les publics concernés et leurs particularités
- La stratégie de communication externe
- Les support et moyens de la communication externe, événementiel, sponsoring, mécénat, presse
- Les collaborateurs ambassadeurs de l'entreprise

5. Les actions à mener

- Communiquer auprès des managers, premier relais de communication
- Recueillir les attentes des collaborateurs
- Impliquer et développer le sentiment d'appartenance
- Se préparer à communiquer en période difficile