

Cycle certifiant Chargé de communication

Cycle certifiant Orsys de 11 jours
Réf : KCC - Prix 2021 : 4 930€ HT

Vous allez prendre vos nouvelles responsabilités de chargé de communication, ou déjà en poste, vous souhaitez actualiser vos compétences ou mettre à jour vos outils. Ce cycle vous permettra de cerner les enjeux et de déjouer les difficultés liées à votre mission. Rédaction de supports, organisation d'événements, élaboration de votre plan de communication. Chacun des thèmes abordés vous permettra d'asseoir vos compétences en communication, de bien cerner votre rôle et d'améliorer votre efficacité.

Ce cycle est composé de :

- Chargé de communication, le métier (Réf. OCM, 2 jours)
- Concevoir ses supports de communication (Réf. SUP, 2 jours)
- Réussir sa communication événementielle (Réf. RME, 2 jours)
- Élaborer et suivre son plan communication (Réf. ESC, 2 jours)
- Réussir sa communication interne (Réf. ROT, 2 jours)
- Certification Chargé de communication (Réf. KUC, 1 jour)

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Recueillir les besoins de communication et établir un diagnostic

Construire une stratégie et un plan de communication

Maîtriser les moyens et outils de la communication interne et externe

Rédiger un article, une brève ou un brief

Piloter et évaluer ses actions de communication

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Le socle des connaissances sur le métier de chargé de communication est fondamental. Le stage correspondant, réf OCM, doit être suivi en premier dans le cycle. Les autres stages peuvent être suivis ensuite dans un ordre indifférent.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 05/2020

1) La fonction de chargé de communication

- Place et rôles d'un chargé de communication. Evolution de la communication et du métier de chargé de communication.
- Champs d'intervention et limites de la fonction.
- Travailler avec les agences. Définir ses critères d'évaluation pour le choix d'une agence.
- Savoir rédiger un "brief", puis le suivre.
- Travailler efficacement avec ses fournisseurs et contrôler leurs réalisations.
- Les relations publiques : notoriété et image.
- Travailler avec les journalistes : règles et usages. Rédiger efficacement son communiqué et dossier de presse.
- Diffuser son image : logo, charte graphique, supports, site Internet...

Travaux pratiques : Elaboration d'une politique de communication à partir d'un diagnostic d'entreprise.

2) Optimiser vos supports de communication

- Comment lisons-nous ? Mécanismes de lecture pour rédiger et mettre en valeur ses documents professionnels.

FINANCEMENT

Ce cours est éligible au CPF.

PARTICIPANTS

Chargés de communication, ou toute autre personne impliquée dans la fonction communication interne et/ou externe.

PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

L'évaluation est réalisée tout au long de la formation à travers différents moyens (QCM, mise en situation, quiz...). Le stagiaire évalue sa progression et ses acquis à l'issue de la formation. L'intervenant valide la progression pédagogique du stagiaire et précise les outils utilisés pour la validation des acquis.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- A chaque support, un objectif et un public. Pour qui écrivons-nous ? Dans quel but ? Quel support choisir ?
- De la maquette au bon à tirer. Planning, organisation interne, maquette, calibrage des textes, validations, diffusion.
- Cohérence des informations, de l'unité rédactionnelle avec la ligne éditoriale.
- Appliquer les techniques d'écriture efficace. Définir et développer un message essentiel.
- Hiérarchiser ses idées. Concevoir des accroches. Ecrire court, clair, dense et précis.
- Attirer le lecteur et valoriser ses supports.
- Respecter la charte graphique. Mise en page, typographie, couleurs, illustrations.

Travaux pratiques : Exercices de rédaction et de réécriture de textes pour magazines et site Web.

3) Réussir manifestations et événements

- Les objectifs de la manifestation. Choisir le type d'événement à organiser. Définir les cibles et les objectifs.
- La phase de préparation de l'événement. Etablir un rétroplanning.
- Rédiger un cahier des charges en cas de sous-traitance de l'événement.
- La communication de l'événement. Réaliser et envoyer les invitations.
- Pilotage du budget et du rétroplanning.
- Le jour de l'événement. Tenir son rôle d'interface entre l'entreprise et les fournisseurs.
- Superviser les acteurs en place, la clôture de l'événement.
- Le bilan de l'événement, retombées. Etablir un plan d'actions post-événement. Valoriser l'événement en interne.

Travaux pratiques : Construction d'un rétroplanning et d'un cahier des charges pour un événement.

4) Réussir sa communication interne

- Enjeux et impact des nouvelles technologies sur la communication interne. Définition, missions et évolution.
- Communication interne et accompagnement du changement.
- Concevoir un plan de communication interne. Diagnostic de l'existant. Méthodologie du plan de communication interne.
- Moyens et outils de la communication interne. Communication interne descendante, ascendante, transversale.
- Les nouveaux moyens de communication interne. Trouver des idées innovantes : techniques de créativité utiles.
- Mesurer l'efficacité de ses actions de communication interne. Fixer et suivre ses indicateurs de performance.
- Communication, crise et changement. Anticiper et préparer sa communication : animer un réseau de communicants.
- Préparer et annoncer une réorganisation, une restructuration, un changement.

Travaux pratiques : Définition d'un plan de communication interne.

5) Elaborer son plan de communication

- Le rôle et l'objectif de la communication d'entreprise. Les différents types de plans et les étapes de sa construction.
- Le diagnostic de communication : étude du contexte interne et externe, analyse des forces et faiblesses de l'entreprise.
- Définir les objectifs de la communication interne et externe en fonction des publics. Les messages à décliner.
- Déterminer, hiérarchiser et caractériser les cibles à viser. Positionnement de l'image et les messages clés.
- Choisir le mix-communication. Sur quels critères retenir une action. Organiser le mix-communication.
- La présentation du plan de communication. Mise en oeuvre du plan et déroulement opérationnel.
- Planifier et budgéter les actions de communication. Les matrices de décision et le tableau de bord.
- Le contrôle et le suivi des actions.

Travaux pratiques : Construction d'indicateurs de performance et un calendrier d'actions.

LES DATES

Nous contacter