

ELABORER UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION MULTICANALE

FORMATION EN PRESENTIEL

OBJECTIFS Créer des synergies entre les outils off-line et on-line pour élaborer un plan de communication globale	PUBLICS Etudiant(e), Salarié(e), Demandeur d'emploi, Entrepreneur (se)
	PRÉ-REQUIS Aucun
	ÉVALUATION Formation basée sur l'apprentissage pratique, évaluation tout au long de la formation
MODALITÉ D'ACCÈS À LA FORMATION Entretien préalable + test (le cas échéant)	VALIDATION Attestation de formation

LIEU	Montpellier	DURÉE	21 Heures / 3 Jours
NOMBRE DE STAGIAIRES	En groupe de 3 à 8 personnes OU en individuel		
MÉTHODE PÉDAGOGIQUES	Formation intensive basée sur des travaux pratiques et / ou des études de cas permettant l'acquisition d'un logiciel et / ou d'une méthodologie de travail afin de rendre le stagiaire rapidement opérationnel . A l'issue de la formation, envoi d'un support de cours et / ou d'une webographie résumant les notions abordées en formation.		

CONTENU DE LA FORMATION

COMPRENDRE LA LOGIQUE DE LA COMMUNICATION MULTICANALE

- Comprendre les atouts d'une communication multicanale
- Identifier les atouts, les contraintes et les limites de chacun des canaux de communication externes et internes: publicité, relations presse, relations publiques, événementiel, web, réseaux sociaux, parrainage et mécénat, éditions, intranet...
- Etablir la cartographie de l'ensemble de ses moyens de communication

CONCEVOIR UNE STRATÉGIE DE CONTENUS MULTICANALE

- Définir les critères de choix des différents canaux : budget, nature et structure du public visé, adéquation aux objectifs de communication, messages et contenus
- Etablir la cartographie des messages et des contenus, et les points de contact entre les différents canaux de communication
- Définir le rôle, les missions des différents canaux de communication et analyser les différents modèles d'intégration en fonction des cibles

DÉGAGER DES SYNERGIES ENTRE LES CANAUX DE COMMUNICATION EXTERNE OFF-LINE ET ON-LINE

- Articuler ses contenus de communication entre vecteurs physiques et vecteurs digitaux pour optimiser la viralité et le rebond
- Identifier les complémentarités entre réseaux sociaux et actions de communication
- Concevoir les contenus du sponsoring, du parrainage et du mécénat pour développer sa notoriété et valoriser son image
- Optimiser sa communication événementielle en segmentant ses contenus et les implémenter dans les canaux adaptés
- Optimiser ses relations publiques et sa communication de proximité pour renforcer son influence
- Connaître les spécificités des grands médias et leurs interactions avec les outils de communication corporate : télévision, radio, presse, affichage, web
- Transformer ses relations avec les journalistes pour en faire des parties prenantes

CONCEVOIR UNE STRATÉGIE MULTICANALE DE COMMUNICATION INTERNE

- Connaître les tendances et les grands outils de la communication interne
- Identifier les atouts, les contraintes et les limites des différents canaux de communication interne : journaux et newsletter, intranet, événements, convention, réseaux sociaux internes, web-TV, baromètre et enquêtes internes...
- Identifier les potentiels de rebond et de viralité de ses canaux internes

APPLICATION

Etudes de cas

PLANNING	TARIFS
Formation en groupe : <ul style="list-style-type: none"> • Du 20.03 au 22.03.2023 • Du 07.08 au 09.08.2023 • Du 31.05 au 02.06.2023 • Du 08.11 au 10.11.2023 	PRESENTIEL GROUPE > Prise en charge (CPF, Pôle emploi, Entreprise, ...) : 420 € > Autofinancement : adhésion* + 210 € PRESENTIEL INDIVIDUEL > Prise en charge (CPF, Pôle emploi, Entreprise, ...) : 630 € > Autofinancement : adhésion* + 525 € * Adhésion annuelle, acquittable une seule fois quelque soit le nombre de formations suivies
Formation en individuel : Planning personnalisé	

FORMATION EN DISTANCIEL

DURÉE 21 Heures / 3 Jour(s)

NOMBRE DE STAGIAIRES	En individuel
MÉTHODE PÉDAGOGIQUES	Formation intensive proposée en distanciel synchrone, sous forme de classes virtuelles avec alternance de sessions en direct et d'exercices pratiques / études de cas avec suivi techniques / pédagogique par tchat et mail en continu + la prise en main, le cas échéant, par le formateur de l'ordinateur du stagiaire à distance. A l'issue de la formation, envoi d'un support de cours et / ou d'une webographie résumant les notions abordées en formation.
MOYENS TECHNIQUES	Chaque stagiaire devra disposer d'un ordinateur personnel compatible avec la formation (configuration optimale + logiciel(s) installé(s)).

PLANNING	TARIFS
Formation en individuel : Planning personnalisé	DISTANCE INDIVIDUEL > Prise en charge (CPF, Pôle emploi, Entreprise, ...) : 630 € > Autofinancement : adhésion* + 525 € * Adhésion annuelle, acquittable une seule fois quelque soit le nombre de formations suivies