

Approche et sensibilisation

1. Liminaire (*matinée : 1/2 h*)

Présentation intervenant + tour de table

Introduction à la communication (*matinée : 1 heure 1/4*)

- Histoire de la communication (interne comme externe)
- Principaux champs d'application (politique, économique, associatif, syndical...)
- Quelques exemples d'actualité récents

- pause -

2. Définition de la communication (*matinée : 1 heure 1/4*)

- Communication et marketing (définitions, différence et complémentarité)
- Communiquer : pourquoi / quand / comment
- Emetteur et récepteur (cible, contenus, moyens)
- Notion de capital marque (Brand equity)

- déjeuner -

3. Principaux modes de communication (*après-midi : 2 heures*)

Communication externe

- Enjeux et objectifs / Choix des supports
- Outils : distinguer communication média (presse, audiovisuel, affichage, cinéma...) et hors média (Site Internet, blogs, réseaux sociaux, mailing, buzz, communication virale, relations publiques, promotion, événementiel, mécénat, sponsoring, brochure, plaquette, flyer...)
- L'importance de la charte graphique (logo, etc.)
- L'e-réputation
- La communication responsable
- La communication de crise : circonstances et enjeux / Modes d'action

Communication interne

- Enjeux et objectifs / Choix des supports
- Outils : Intranet, Mails, blogs, Info rapide, News letter, bulletin...

- pause -

4. Communication et médias (*après-midi : 1 heure*)

- Qu'est-ce qu'un journaliste ? Qu'en attendre, quand et comment l'utiliser ? Pourquoi faire ?
- Les outils d'approche (communiqué et dossier de presse, conférence de presse, interview)
- Le mediatraining : cibles, objectifs et enjeux