

Contact facturation : facturation@cmbenchmark.com - 01 47 79 48 01  
Contact formation : formation@cmbenchmark.com - 01 47 79 51 08

## **Bâtir un plan de communication efficace**

### **Objectif de la formation**

- Remettre à plat les stratégies de communication dans un contexte de digitalisation
- Donner aux équipes les leviers pour construire des stratégies et plans de communication efficaces dans une logique 360 et omnicanale.

### **A qui s'adresse cette formation ?**

- Responsables Marketing, Responsables Publicité
- Chefs de produits
- Chargés de communication

qui souhaitent bâtir une stratégie et un plan de communication 360°.

### **Pré-requis :**

- Avoir une connaissance et/ou pratique des principaux médias sociaux : en connaître les principes de base
- Être déjà inscrit dans une démarche/projet de transformation de la communication au niveau digital
- Comprendre l'intérêt de mettre en place une véritable stratégie Social Media

### **Progression pédagogique :**

#### **Premier jour**

#### **1. D'une stratégie marketing à une stratégie de communication**

- Comment passe t-on d'une stratégie marketing à une stratégie de communication
- Les fondamentaux d'une bonne stratégie de communication
- Quelle finalité pour votre stratégie ?
- Comment définir ses objectifs, personas marketing, KPI...

#### **2. Comment bâtir une stratégie de communication**

- La définition de vos objectifs
- Quelle est votre audience ?
- Quel(s) axe(s) de communication ?
- Quand et comment déployer votre stratégie de communication ?
- Quel(s) média(s) utiliser et pourquoi ? Avec quels outils, techniques de communication, quels canaux ?
- Cas pratique : analyse de cas concrets des participants

#### **3. La mise en place de sa stratégie : les indispensables**

- En quoi consiste une stratégie multicanale ?

- Les avantages d'une stratégie multicanale ?
- Optimiser son plan de communication en fonction de sa problématique, de son budget
- Comment élaborer son brief d'agence ?
- Comment construire son plan média ?
- Cas pratique : rédiger son brief d'agence

## Deuxième jour

### 4. Comment intégrer le digital dans son plan d'action

- L'accélération des transformations induites par le digital (Big Data, réalité virtuelle, machine learning, IA, objets connectés...)
- Les leviers les plus utilisés au niveau digital et leurs rôles
- Comment construire son plan d'action digital et stratégique
- Focus sur les leviers majeurs : référencement, vidéos...
- Les bonnes pratiques pour construire une stratégie de présence digitale efficace
- Les principaux médias sociaux : leurs fonctionnalités et solutions de visibilité
- Savoir gérer son e-réputation et analyser sa perception (analyse de sentiments)
- Cas pratique : faire une ébauche de stratégie digitale
- Plus : exemples concrets

### 5. Comment piloter et optimiser son plan d'action

- Définir son plan d'action en fonction des objectifs à atteindre et des KPI à prendre en compte
- Comment piloter et optimiser la rentabilité de son plan d'action et analyser les retombées
- L'importance du bilan de campagne : analyser, en retirer les bonnes pratiques et les points à améliorer
- Cas pratique : créer un tableau de bord du plan d'action et définir les KPI à prendre en compte en fin de campagne

La formation sera animée par Isabelle Clément

## **Les moyens pédagogiques**

### **Support de formation**

- Pour les formations en **présentiel**, un support de cours sera remis à chacun des participants.
- Pour les formations en **visionconférence**, une synthèse de la formation sera envoyée aux participants qui auront également la possibilité de revoir la session pendant une semaine après la date de la formation.

### **Locaux - Matériel fourni**

- Nos salles sont équipées du matériel de vidéo-projection pour le formateur
- Accès à Internet en wifi dans tous nos locaux
- Pour les formations qui nécessitent des ateliers sur ordinateur, nous disposons de salles équipées d'ordinateurs pour les participants

*CCM Benchmark Group conserve l'intégralité des droits d'auteurs relatifs au contenu de ces formations et supports de cours. Toute reproduction, modification ou divulgation à des tiers, sous quelque forme que ce soit, est formellement limitée.*

### **Les moyens d'évaluation mis en oeuvre et suivi**

A l'issue de la formation chaque stagiaire complète un **questionnaire d'évaluation**. Une copie peut-être fournie sur demande.

L'**attestation de présence** est envoyée par courrier avec la facture, à l'issue de la formation.

### **Convention de formation**

Dès votre inscription, une convention de formation vous est envoyée. Celle-ci doit nous être retournée signée avant le début de la formation.

CCM Benchmark Group est un organisme de formation professionnelle enregistré sous le numéro **11 75 58575 75** auprès du préfet de région d'Ile-de-France.

Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.

### **Durée de la formation**

La durée totale de la formation est de **14 heures**.