

Date de mise à jour du programme : 03/65/2021

PUBLIC :

Chef d'entreprise

PRE-REQUIS :

Aucuns

OBJECTIFS :

- Améliorer son image, se démarquer et travailler la notoriété
- Développer son CA et pérenniser son entreprise
- Définir la stratégie de l'entreprise
- Identifier sa cible
- Apprendre à communiquer son image : Faire savoir, faire aimer, faire agir
- Apprivoiser les différents canaux de communications

DUREE ET LIEU :

2 jours soit un total de 14h

Lieu d'animation : sur le site du client ou dans nos locaux à Mérignies

METHODES :

Formateur : Mon objectif est d'aider les entreprises à améliorer les compétences des collaborateurs. Je mets en éveil les connaissances en utilisant l'aspect psychologique et émotionnel. Toutes mes formations sont accompagnées d'un coaching personnel. L'individuel dans le collectif ; Des apports théoriques et pratiques pour une application rapide en milieu professionnel. Optimiser la formation. Jeux de rôles, études de cas pratique supports ..., accompagnement sur le terrain en situation réelle.

TYPE D'ACTION :

Acquisition, développement et entretien des connaissances

PROGRAMME :**Jour 1:****1. Définir la stratégie de l'Entreprise**

- Notoriété, informations...
- Stade cognitif : Faire savoir
- Stade affectif : Faire aimer
- Stade conatif : Faire agir

2. Identité visuelle

- Positionner l'entreprise
- Donner une personnalité reconnaissable et identifiable de l'entreprise
- Assoir une image

Jour 1 après midi :**3. Les cibles de communication**

- Qui est ma cible
- Quels sont mes objectifs
- Quel contenu
- Quelle fréquence
- Quel budget

IESI

556, Rue de la Rosière – 59710 Mérignies

☎ : 03.20.84.00.27 / 07.68.16.45.41- ✉ : v.dacosta@iesi.info

Site internet : www.iesi.fr

Jour 2 matin :**4. Communication interne**

- Partager la culture d'entreprise
- Instaurer et restaurer la confiance autour de l'identité de l'entreprise
- Favoriser l'expression du personnel
- Valoriser les compétences, analyser et partager les indicateurs clés de performances
- Former

5. Communication externe

- Hybridation de la communication
- Notoriété digitale : facteur de différenciation, vitrine de son activité

Jour 2 après midi :**6. Axes et canaux de communication**

- Carte de visite
- Site web, AdWords
- Réseaux sociaux : Facebook, LinkedIn, You tube
- Flyers
- Journaux spécialisés
- Affichage direct
- Évènementiel
- Portails d'annonces partenaires
- Journaux, télévision locale

JE VOUS ACCOMPAGNE, DANS LA CONCEPTION DE VOS CONTENUS, LA CREATION DE VOS COMPTES (FACEBOOK, LINKEDIN...), ET JE VOUS CONSEILLE SUR VOS FORMATIONS INTERNES POUR UNE MEILLEURE COMMUNICATION

Toutes les notions seront abordées à travers des cas pratiques

QCM**Questionnaire de satisfaction**

IESI

556, Rue de la Rosière – 59710 Mérignies

☎ : 03.20.84.00.27 / 07.68.16.45.41- ✉ : v.dacosta@iesi.info

Site internet : www.iesi.fr