



Public

Tout public



Pré-requis

Aucun



Durée

3 jours – 24 heures

Horaires : 08h30 – 12h30

14h00 – 18h00



Organisation

Diagnostic / positionnement
avant la formation.

Pédagogie en face à face :
alternance entre les
connaissances "terrain" et les
apports théoriques.

Écoute active des besoins,
réponse aux attentes tout en
respectant les objectifs
pédagogiques fixés.

Échange avec le groupe afin de
faire ressortir les notions-clés
de la formation.

Mise en pratique à travers des
exercices issus du vécu
professionnel des participants.

Remise d'un support de cours
numérique et/ou écrit.

Remise d'une attestation de
formation.



Évaluation

Évaluation sommative à travers
un cas pratique à chaque fin de
module.

Communication interne

Maîtriser les leviers d'une communication efficace avec les acteurs de l'entreprise

Objectifs de la formation

- Concevoir une stratégie et un plan de communication interne optimal
- Développer la performance de ses supports de communication interne
- Comprendre les enjeux des médias collaboratifs
- Piloter et évaluer son activité au quotidien

PROGRAMME

CONCEVOIR UNE STRATEGIE ET UN PLAN DE COMMUNICATION EFFICACES

Quelle méthodologie pour construire votre stratégie de communication interne

- Définir ses objectifs, les rassembler autour d'objectifs «primaires»
- Définir une stratégie spécifique à chaque population de l'entreprise

- Impliquer les managers dans la communication interne

Elaborer un plan de communication interne efficace

- Hiérarchiser les objectifs
- Elaborer un plan de communication interne et la stratégie média
- Organiser et animer un réseau de correspondants

Cas pratique : de la définition des objectifs au plan d'actions

Décliner un objectif prédéfini en sous-objectifs, anticiper les difficultés liées , prévoir l'action de communication adaptée

Piloter son activité via des tableaux de bord flexibles et opérationnels

- Définir la finalité de ses tableaux de bord
- Choisir les indicateurs pertinents
- Mettre en place un système de recueil de l'information

Utiliser efficacement l'intranet en communication interne

- Quelles sont les véritables attentes des salariés par rapport à l'intranet ?
- Intranet et systèmes collaboratifs : les nouvelles tendances

Les réseaux sociaux en entreprise : effet de mode ou véritable révolution ?

- Médias sociaux et communication interne : ce que cela change
- Quels sont les enjeux d'un projet collaboratif ?
- Comment créer un blog et le faire vivre ?
- Ecrits-écrans : comment gérer la complémentarité des médias ?

Mesurer l'efficacité de sa stratégie et de ses actions de communication interne

- Mettre en oeuvre une évaluation quantitative et qualitative
- Mesurer le retour sur investissement de ses actions
- Exemple de la refonte d'un journal interne

Recueillir des informations du terrain et mener une enquête d'opinion interne

- Quels outils utiliser pour faire remonter des informations du terrain
- Quels enseignements tirer des résultats de l'enquête et mettre en place un plan d'actions